

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
Перетятая О.С. 2026 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
Профиль - Редактор средств массовой информации
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Курс – 1 курс (1 семестр)

Разработчик:
канд. пед. наук, доцент кафедры
журналистики и издательского дела
Гамина Т.С.

Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела
Куянцева Е. А.

Протокол
от « 26 » мая 2026 г. № 5

Луганск, 2026

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 42.03.02 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
Универсальные	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает основные этапы развития отечественной и мировой культуры, ключевые достижения в области литературы, искусства, философии, архитектуры и других сфер культурного наследия. ОПК-3.2. Умеет сочетать традиционные культурные формы с современными мультимедийными технологиями при создании электронных и аудиовизуальных издательских продуктов. ОПК-3.3. Владеет навыками культурологического анализа текстов и визуальных материалов для их последующего использования в издательской деятельности.

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	Работа со справочным материалом. Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)
Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций	ОПК-3	Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)
Медиатизация общества: проблемы и последствия.	ОПК-3	Устный опрос по вопросам семинарского занятия
Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	ОПК-3	Подготовка и анализ практических заданий, обсуждение
Медиатранзит как основной механизм	ОПК-3	Подготовка конспектов к

коммуникационной кампании в медиапространстве		семинару. Терминологический словарь.
Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	ОПК-3	Поиск информации в сети, практические задания, обсуждение. Эссе на предложенные темы
Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях	ОПК-3	Подготовка к практическому заданию. Подготовка к зачету
Зачет	ОПК-3.	

1.5. Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-3	<p>знать: основные этапы развития отечественного и мирового культурного процесса; понимать проблемы человека и культуры в современном информационном обществе</p> <p>уметь: использовать свой творческий потенциал и знания в профессиональной деятельности; работать со справочным материалом: словарями, энциклопедиями,</p> <p>владеть: понятийным аппаратом теории медиакommunikации; навыками анализа письменной и устной речью, выявлять ее состав и структуру; навыками применения знаний теории медиакommunikации с учетом достижений мировой и отечественной культуры в профессиональной деятельности</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	

нительно		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 актор медиакommunikации 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. Медиа́текст 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 Нозль-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 Маклюен.
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 по курсу «Основы теории медиакommunikации»

1. Понятие «медиакommunikация»: этимология и объем понятия в современной научной парадигме.
2. Периодизация истории медиакommunikаций.
3. Способы межличностной коммуникации в Древнем мире и Античности.
4. Топосы массовой коммуникации в Античном мире и средневековой Европе.
5. Основные формы коммуникации.
6. Ключевые характеристики массовой коммуникации.
7. Соотношение понятий СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikации.
8. Ключевые характеристики медиакommunikаций в 21 веке.
9. Классификация теорий массовой коммуникации Д. Макуэлла.
10. Информационная культура как «блип-культура».
11. Причины, характер и последствия медиакommunikационных революций.
12. Роль медиапосредников в современной коммуникации.
13. Третья медиакommunikационная революция (50-е гг. XX в.): причины и последствия.
14. Культура устной речи, культура печатного текста, культура экрана.
15. Психофизиологические особенности восприятия и обработки информации.
16. Классификация медиаэффектов.
17. Медиакомпетентность как вид культурной компетентности и способы ее формирования.
18. Причины невысокого рейтинга печатных СМИ среди современных массмедиа.
19. Информирование, убеждение, побуждение, внушение – какой вид психологического воздействия является основным?
20. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения молодого поколения.
21. Основные функции средств массовой коммуникации.
22. Как постоянная коммуникация с медиа, постоянное пребывание в сетях влияет на физиологические и социальные характеристики человека.
23. Чем обусловлено появление рожжурналистики?
24. В чем опасность «недогретых» и «перегретых» социальных проблем?
25. Особенности, характерные для медиапространства ЛНР.
26. «Медийный человек» как основная характеристика современной личности.
27. Преимущества и недостатки расширения медиасферы.
28. Интернет как лидер информационного сегмента.
29. Четвертая медиакommunikационная революция: причины и последствия.
30. Многозначность понятия «коммуникация».
31. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. «Коммуникация и «общение».
32. Подходы к понятию «медиакommunikация».
33. Медиа в концепции М. Маклюэна.
34. Основные функции средств массовой коммуникации.
35. Роль медиапосредников в современной коммуникации.
36. Вторая медиакommunikационная революция: причины и последствия.

37. Медиа-поведение индивида в социальных сетях.
38. Журналист как лидер мнений.
39. Этапы эффективного медиатранзита.
40. Понятия «медиакарьера» и «медиатранзит».
41. Проблемы воздействия СМК на личность.
42. Современное медиапространство и его особенности.
43. Первая медиакоммуникационная революция: причины и последствия.
44. Информационно-медийная грамотность журналиста.
45. Охарактеризуйте медиапространство ЛНР. Пребывания в соцсетях.
46. Постоянное пребывание человека в сетях: его физиологические и социальные характеристики.
47. Роль телевидения и интернета в социализации личности.
48. Технологии манипуляции сознанием в СМК.
49. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния: личное обаяние, харизма, управление внутренним состоянием.
50. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния: голос и его характер воздействия.
51. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния: вербальные характеристики речи.
52. Характеристика практик медиакоммуникаций.
53. Медиа в качестве «сильного» и «слабого» посредника.
54. Виртуализация жизни как особенность культуры информационного общества.
55. Проблема манипулятивности в медиакоммуникациях.
56. Место традиционных и новых медиа в информационных процессах.
57. Виды медиакоммуникаций.
58. Деятельность журналиста в социальных сетях.
59. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях.
60. Проблемы языковой личности в XXI веке.
61. Шок будущего как следствие избыточной информации.
62. Основные виды манипуляций в соцсетях.
63. Методы противодействия информационному манипулированию.
64. Влияние медиа-эффекта на сознание человека.
65. Прикладные модели коммуникации: математическая и кибернетическая модели.
66. Модель коммуникативного акта Г.Лассауэлла, ее составляющие.
67. Сущность понятия «манипулирование».
68. Условия эффективной медиакоммуникации.
69. Разнообразные практики медиакоммуникаций: творческая деятельность, медиапотребление.
70. Профессиональная этика журналиста в соцсетях.
71. Роль телевидения и интернета в социализации личности.

