

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

«16» сентября 2026 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика
(уровень магистратуры)

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО – 1 курс (1 семестр), ЗФО – 1 курс (2 триместр)

Разработчик
канд. филол. наук, доц.
Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой журналистики и
издательского дела

«26» сентября 2026 г., протокол № 6
Е.А. Куянцева

Луганск, 2026

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Политическая журналистика 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 магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года № 529 (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:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает, как определить причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2. Умеет выявлять, систематизировать и критически оценивать ключевые тенденции в развитии общественных и государственных институтов на основе мониторинга актуальных событий, экспертных оценок и статистических данных. Соотносить общие тенденции развития институтов с конкретными информационными поводами и запросами целевой аудитории. ОПК-2.3. Владеет навыками комплексного анализа деятельности общественных и государственных институтов с использованием междисциплинарного подхода.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Политика и журналистика как родственные коммуникационные сферы.	ОПК-2	Устный опрос.
Формы выражения политических интересов в СМИ.	ОПК-2	Устный опрос, обсуждение доклада
Роль масс-медиа в политической системе общества.	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий
Политическая проблематика в контексте избирательных кампаний.	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Журналистика и геополитика. Образ России под углом зрения политических коммуникаций.	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Средства массовой информации как инструмент государственной информационной политики: модели взаимодействия власти и СМИ.	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита
Политическая эффективность СМИ.	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита
СМИ и медиа-коммуникации как	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение

инструмент воздействия на массовое сознание.		практических заданий и их защита
Политическая культура современного журналиста.	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита
Политические традиции и их реализация в современной России	ОПК-2	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита
Промежуточная аттестация	ОПК-2	Зачет

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-2	<p>Знает: современную научную парадигму в области массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации, основные положения теории журналистики, спектр функций СМИ и значение роли аудитории в медиапроцессах.</p> <p>Умеет: анализировать современную научную парадигму в области массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации, основные положения теории журналистики, спектр функций СМИ и роль аудитории в медиапроцессах; сравнивать научные концепции.</p> <p>Владеет навыками: использовать современную научную парадигму в области массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации, основные положения теории журналистики, знание спектра функций СМИ и роли аудитории в медиапроцессах в собственной медийной практике.</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	30		30
Самостоятельная работа	20		20
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	60		60
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	D – 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	E – 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)

Вопросы для устного опроса на практических занятиях

Тема 1. Политика и журналистика как родственные коммуникационные сферы.

Политическая тема в СМИ в условиях развития политической практики.
Современный политический процесс и роль СМИ в его раскрытии.

Содержание, формы существования и основные акторы политического информирования.

Тема 2. Формы выражения политических интересов в СМИ.

Аналитическая деятельность как содержательная квинтэссенция редакционного продукта.

Возможности жанрового использования в ходе освещения политической темы.

Редакционная позиция как ключевое условие аналитического восприятия действительности.

Взаимодействие с аудиторией как возможность развития аналитического подхода в СМИ: формы работы.

Тема 3. Роль масс-медиа в политической системе общества.

СМИ как партнер власти.

СМИ как источник информации о политической сфере жизни.

СМИ как трибуна для дискуссии субъектов коммуникации о решениях и действиях властей.

СМИ как координатор действий в сложных политических ситуациях.

СМИ как инструмент обоснования и обнародования политических решений.

Тема 4. Политическая проблематика в контексте избирательных кампаний.

Политическая сфера и пиар-технологии в условиях современного общества.

Слияние пиар и журналистики в условиях информационного общества.

Государственные и альтернативные СМИ в политических дискуссиях современности.

Тема 5. Журналистика и геополитика. Образ России под углом зрения политических коммуникаций.

СМИ как источник формирования знаний о политической эволюции любого общества.

Российские политические традиции: к эволюции развития. Авторитарная традиция в России и возможности ее развития сегодня. Коллективистская традиция и специфика ее реализации в СМИ.

Жанровое своеобразие информации: преемственность традиций.

Интеллектуальные, ценностные и поведенческие составляющие политической культуры журналиста.

Тема 6. Средства массовой информации как инструмент государственной информационной политики: модели взаимодействия власти и СМИ.

Государственная информационная политика: понятие, функции, особенности.

Механизмы влияния на государственную информационную политику посредством СМИ.

Механизмы управления СМИ в современных реалиях: российский и зарубежный опыт.

Тема 7. Политическая эффективность СМИ.

Какие современные способы цензуры в СМИ вам известны?

Почему попытки законодательно оформить права и свободы в сфере медиа часто вызывают дискуссии в обществе?

Что такое медиатизация политики? Приведите пример ее проявления.

Почему в мире происходит все большее сближение политики и журналистики?

Каким образом интернет и блогосфера изменили современные политические коммуникации?

Почему взаимодействие политики и СМИ выгодно политикам?

Что такое объективность в политической журналистике? Возможно ли журналисту быть объективным в освещении политических вопросов?

Тема 8. СМИ и медиа-коммуникации как инструмент воздействия на массовое сознание.

Специфика информационного общества в контексте эффективности воздействия на массовое сознание.

Понятие манипуляции. Сенсационность, метод запугивания, медианасилие.

Эффект присутствия и введение эксперта.

Тема 9. Политическая культура современного журналиста.

Сущность политической культуры общества и личности. Политическая культура как качественная характеристика жизнедеятельности. Типологические характеристики политической культуры.

Журналист в условиях бытования политической культуры общества.

Гражданская позиция журналиста как условие существования его политической культуры.

Тема 10. Политические традиции и их реализация в современной России

СМИ как источник формирования знаний о политической эволюции любого общества.

Российские политические традиции: к эволюции развития.

Автократическая традиция в России и возможности ее развития сегодня.

Коллективистская традиция и специфика ее реализации в СМИ.

Жанровое своеобразие информации: преемственность традиций.

Интеллектуальные, ценностные и поведенческие составляющие политической культуры журналиста.

Темы для рефератов и докладов:

1. СМИ как источник формирования знаний о политической эволюции любого общества.
2. «Открытое общество» в России: проблемы построения и роль СМИ в реализации этого проекта.
3. Формирование «открытого общества» в мировом информационном пространстве как условие эффективного развития жизнедеятельности

Вопросы для зачета

1. Политическая тема в СМИ в условиях развития политической практики.
2. Современный политический процесс и роль СМИ в его раскрытии.
3. Содержание, формы существования и основные факторы политического информирования.
4. Аналитическая деятельность как содержательная quintessence редакционного продукта.
5. Возможности жанрового использования в ходе освещения политической темы.
6. Редакционная позиция как ключевое условие аналитического восприятия действительности.
7. Взаимодействие с аудиторией как возможность развития аналитического подхода в СМИ: формы работы.
8. Функции современных СМИ.
9. Политические функции СМИ.
10. Политика и общество: особенности взаимодействия.
11. Журналистика в политической системе общества.
12. Реализация политического процесса в современной России.
13. Журналистика как фактор развития политического процесса.
14. СМИ как объект и субъект политической жизни.
15. Роль политической журналистики в условиях формирования гражданского общества и гражданского сознания.
16. Реализация политического начала в журналистике.
17. Сущность политической культуры общества и личности.
18. Политическая культура как качественная характеристика жизнедеятельности.

19. Типологические характеристики политической культуры.
20. Журналист в условиях бытования политической культуры общества.
21. Гражданская позиция журналиста как условие существования его политической культуры.
22. СМИ как источник формирования знаний о политической эволюции любого общества.
23. Российские политические традиции: к эволюции развития.
24. Жанровое своеобразие информации: преемственность традиций.
25. Интеллектуальные, ценностные и поведенческие составляющие политической культуры журналиста.
26. Теоретические основы политической коммуникации.
27. Правовое регулирование политической коммуникации в период выборов.
28. Методология и методы исследования политической коммуникации.
29. Политическая журналистика современной России.
30. Политическая культура журналиста.
31. Понятие и основные элементы политической коммуникации.
32. Партийная пресса современной России.
33. Информационные ресурсы политического журналиста.
34. Профессионально-должностная специализация в политической журналистике.
35. Правовое регулирование политической коммуникации в России.
36. Ведущие политические журналисты России.
37. Теоретические модели политической коммуникации.
38. Основные задачи рекламы и PR в политических кампаниях.
39. Основное содержание российского политического медиадискурса.
40. Политическая журналистика как информационный ресурс власти.
41. Политика как объект политической журналистики.
42. Политическая борьба в медиа.
43. Журналистика как объект и субъект политических отношений.
44. Политическая журналистика в политическом и общественно-политическом издании.
45. Взаимодействие журналистов с политиками и политическими экспертами.
46. Обзор политических ресурсов Интернета.
47. Государственные и оппозиционные медиаресурсы.
48. Политическое информирование и агитация в СМИ в период проведения избирательной кампании.
49. Основные подходы к пониманию политической журналистики.
50. Политический процесс и роль СМИ.
51. СМИ как субъект и объект политического процесса.
52. СМИ как инструмент политической борьбы.
53. Основные характеристики политической информации.
54. Политическая реальность и политическая информация.
55. Основные виды политической коммуникации.
56. Произведения политической журналистики.
57. Журналистика в мире политике.
58. Политико-правовые основы функционирования СМИ в условиях современной России.
59. Политическое значение прессы и социальной эффективности ее деятельности.
60. Политическая журналистика как средство выражения и формирования общественного мнения.
61. Формы выражения политических интересов в СМИ.
62. Природа и методы воздействия власти, политической и финансовой элиты на СМИ.
63. Политический плюрализм и СМИ.
64. Основные характеристики политической рекламы.
65. Жанры политической рекламы на телевидении (политическое выступление, теледебаты, спот, видеоклип, видеофильм, политическое шоу).
66. Жанры политической рекламы в прессе (политическое объявление, рекламная фотография, воззвание, обращение, манифест и т.д.).

67. Жанры политической рекламы на радио (объявление, репортаж, монолог, беседа).
68. Интернет в политической коммуникации: информационные и интерактивные ресурсы.
69. Основные преимущества Интернет-среды для организации рекламных кампаний.
70. Персональные и партийные сайты.