

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» _____ 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Информационная политика и безопасность в медиасфере

По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика

(уровень магистратуры)

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО - 2 курс (4 семестр); ЗФО – 2 курс (6 триместр)

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

Заведующий кафедрой журналистики и
издательского дела

Е.А. Куянцевпа
«26» _____ 2026 г., протокол № 5

Луганск, 2026

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Информационная политика и безопасность в медиасфере 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-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Применяет на практике знание особенностей всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Умеет проектировать и реализовывать редакционные и производственные процессы создания журналистских текстов и (или) медиапродуктов, востребованных обществом и профессиональной индустрией; организовывать работу творческих коллективов на всех этапах производства. ОПК-1.3. Владеет методами организации и координации работы творческих коллективов над созданием медиапродуктов, инструментарием стратегического и оперативного планирования производства контента, а также навыками мониторинга актуальных изменений норм русского и иностранного языков, позволяющими своевременно адаптировать стилистику и семиотику медиатекстов (включая вербальные и невербальные знаковые системы) в соответствии с требованиями общества и медиаиндустрии.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Государственная информационная политика: сущность, принципы, направления, субъекты и объекты.	ОПК-1	Устный опрос. Написание и защита реферата.
Особенности властных отношений в информационном обществе.	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Информационное сопровождение деятельности органов государственной власти	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Средства массовой информации и коммуникации в структуре мировых информационных процессов. Информационная политика и реклама.	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Информационные войны, информационное	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение

оружие и массовое сознание		практических заданий и их защита
Государственная политика в информационной сфере: мировой опыт.	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий.
Промежуточная аттестация	ОПК-1	Экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК-1	<p>Знает: основы медиаэкономики, значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий; концепции, связанные с международной практикой эффективного менеджмента в медиаиндустрии.</p> <p>Умеет: учитывать экономические факторы деятельности конкретного медиапредприятия в своей профессиональной практике, анализировать и учитывать практику международного медиаменеджмента.</p> <p>Владет навыками: учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности; навыками профессионального поведения в контексте повышения эффективности работы медиапроекта и улучшения его экономических показателей.</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.)	50		50
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	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	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	

1.7. Образец оформления билета для экзамена

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

2025/2026 учебный год

кафедра журналистики и издательского дела

зачет по дисциплине «**Информационная политика и безопасность в медиасфере**»
Код/названия направлений подготовки **42.04.02 «Журналистика»**

БИЛЕТ № 1

1.

2.

Утверждено на заседании кафедры журналистики и издательского дела,
протокол № _____ от « _____ » _____ 2025 года.

Заведующий кафедрой журналистики и издательского дела _____

Экзаменатор _____ Е.А. Куянцева

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса:

**Тема 1. Государственная информационная политика: сущность, принципы,
направления, субъекты и объекты**

Генезис и современное состояние государственной политики в информационной
сфере.

Концептуально-идеологический и технико-технологический векторы
государственной информационной политики.

Информационная политика как редакционная политика массмедиа.

Информационная политика как политика информатизации.

Информационная политика как администрирование информационных потоков.

Информационная политика как набор стратегий и тактик позиционирования.

Системное понимание информационной политики.

Внутренняя и внешняя информационная политика государства.

Центральный, региональный и местный уровни государственной политики в
информационной сфере.

Тема 2. Особенности властных отношений в информационном обществе

Информационное общество: понятие и признаки.

Основные признаки информационного общества; массовая информация,
высокоразвитая информационная инфраструктура; информатизация и организованный
доступ к информации; свободный обмен и информационный рынок как признак
информационного общества.

Приоритетное развитие информационной индустрии информационного общества.

Информационная культура как признак информационного общества.
Информационное общество и власть.

Особенности властных отношений в информационном обществе.

Особенности теории межличностной, специализированной и массовой коммуникации.

Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.

Представление о коммуникации как о процессе и структуре; коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации.

Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов.

Формирование бюджета, оценка эффективности и результата.

Тема 3. Информационное сопровождение деятельности органов государственной власти

Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти и местного самоуправления.

Понятие, виды и функции информации в деятельности органов государственной власти.

Информационное сопровождение принятия административно-государственных решений.

Цели, задачи и технологии информационного сопровождения.

Информационное сопровождение процессов планирования и реализации приоритетных национальных проектов России.

Особенности информационно-разъяснительной деятельности информационных служб и подразделений по связям с общественностью в органах государственной власти.

Права граждан и основные способы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: обнародование (опубликование); размещение в сети Интернет; размещение в помещениях, занимаемых указанными органами, и в иных отведенных для этих целей местах; ознакомление в помещениях, занимаемых указанными органами, а также через библиотечные и архивные фонды; присутствие на заседаниях коллегиальных органов; предоставление информации по запросу; другие способы.

Тема 4. Средства массовой информации и коммуникации в структуре мировых информационных процессов. Информационная политика и реклама

Медиатизация власти и политических отношений.

Свобода слова: философские и политологические аспекты.

Проблемы развития системы средств массовой информации и коммуникации на федеральном, региональном и местном уровнях.

Проблемы менеджмента в СМИ и СМК.

Трансформация роли и возможностей СМИ и СМК в условиях развития информационного общества и глобализации.

Феномен информационного превосходства, информационная асимметрия. Иные типы информационных ресурсов.

Противостояние интересов общества и государства в информационном пространстве: особенности и проблемы.

Роль рекламы в политической системе общества.

Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая.

Понятия эффекта и эффективности рекламы.

Цели, задачи и функции рекламы в информационной политике государства; муниципальной информационной политике.

Использование психологических эффектов массовой коммуникации в информационной политике; понятия подражания и заражения; понятие массовых вкусов; закономерности массового поведения и реклама, социально-психологическое воздействие рекламы на потребителя.

Тема 5. Информационные войны, информационное оружие и массовое сознание

Понятие информационной войны.
Причины и факторы информационных войн в современном мире.
Типы информационных войн.
Противоборствующие стороны в информационных войнах.
Кибератака и кибертерроризм.
Примеры информационных войн из отечественной и мировой практики.
Средств и технологии ведения информационных войн: психологические, идеологические, технико-технологические.
Информационное оружие: понятие, виды, последствия применения.

Тема 6. Государственная политика в информационной сфере: мировой опыт

Глобализация как вектор развития информационного пространства.
Мировая практика политики в информационной сфере: государственный, межгосударственный, надгосударственный уровни.
Мировые информационные ресурсы: взаимодействие интересов и норм.
Государственная политика в информационной сфере: опыт США, Великобритании, Франции, Германии.

Дать определения следующим понятиям:

Глобализация.
Информация.
Информационная политика.
Информационный ресурс.
Политика информационной безопасности.
Коммуникативный процесс.
Коммуникационный менеджмент.
Реклама в политической системе общества.
Эффект рекламы.
Эффективность рекламы.
Кибератака.
Кибертерроризм.
Информационная война.
Информационное оружие.
Информационная технология.

3. Вопросы для экзамена

1. Генезис государственной политики в информационной сфере: основные этапы.
2. Назовите несколько основных характерных черт современного состояния государственной политики в информационной сфере.
3. Информационная политика как редакционная политика массмедиа.
4. Информационная политика как политика информатизации.
5. Информационная политика как администрирование информационных потоков.
6. Информационная политика как набор стратегий и тактик позиционирования.
7. Основные характеристики внутренней и внешней информационной политики государства.
8. Что такое информационное общество?
9. Основные признаки информационного общества.

10. Развитие информационной индустрии информационного общества.
11. Информационная культура в современном информационном обществе.
12. Информационное общество и власть: основные характеристики во взаимодействии.
13. Особенности властных отношений в информационном обществе.
14. Что такое коммуникационный менеджмент?
15. Основные принципы в деятельности органов власти и местного самоуправления.
16. Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти и местного самоуправления.
17. Информация в деятельности органов государственной власти.
18. Специфика информационного сопровождения принятия административно-государственных решений.
19. Цели и задачи информационного сопровождения государственных органов власти.
20. Технологии информационного сопровождения.
21. Информационное сопровождение процессов планирования и реализации приоритетных национальных проектов России.
22. Особенности информационно-разъяснительной деятельности информационных служб и подразделений по связям с общественностью в органах государственной власти.
23. Права граждан в обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.
24. Основные способы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.
25. Медиатизация власти и политических отношений.
26. Свобода слова в современном информационном обществе.
27. Проблемы развития системы средств массовой информации и коммуникации на федеральном, региональном и местном уровнях.
28. Проблемы менеджмента в СМИ и СМК при реализации государственной информационной политики.
29. Трансформация роли и возможностей СМИ и СМК в условиях развития информационного общества и глобализации.
30. Феномен информационного превосходства.
31. Что такое информационная асимметрия?
32. Противостояние интересов общества и государства в информационном пространстве: особенности и проблемы.
33. Роль рекламы в политической системе общества.
34. Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая.
35. Эффект и эффективность рекламы.
36. Цели рекламы в информационной политике
37. Использование психологических эффектов массовой коммуникации в информационной политике.
38. Понятие информационной войны.
39. Причины информационных войн в современном мире.
40. Охарактеризуйте один из типов информационных войн.
41. Противоборствующие стороны в информационных войнах.
42. Кибератака.
43. Кибертерроризм.
44. Что такое манипулирование информацией.
45. Что такое фейк?
46. Что такое дезинформация?
47. Что такое информационный вброс?
48. Средства и технологии ведения психологической информационной войны?
49. Способы ведения идеологической информационной войны?
50. Техничко-технологические информационные войны в современной реальности?

51. Основная цель информационной войны?
52. Что такое информационное оружие?
53. Какие последствия применения информационного оружия?
54. Глобализация как вектор развития информационного пространства.
55. Что такое информационная атака?
56. Что такое дезинформирование?
57. Векторы государственной информационной политики.
58. Специфика информационного общества.
59. Что такое информационная безопасность?
60. На что направлена защита информации?
61. Что такое информационные технологии?
62. Что такое конфиденциальная информация?
63. Что такое национальная безопасность?
64. Что такое угроза конфиденциальности информации?
65. Что такое политика безопасности?
66. Зачем нужна прозрачность в информировании о деятельности государственных органов власти?
67. Что такое фреймы?
68. Дайте определение информационной безопасности.
69. Что такое «защита информации»?
70. Назовите несколько наиболее важных угроз информационной безопасности России.