

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Степыкин Николай Иванович
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 01.06.2023 16:45:53
Уникальный программный ключ:
79cb37fa15c029eb9fe555478f21c47b73e92308

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой

теоретической и прикладной

лингвистики



Н.И. Степыкин

«30» мая 2023 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости

и промежуточной аттестации обучающихся

по дисциплине

«Методология и методика медиаисследований»

42.04.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины «Теоретико-методологические подходы к исследованию журналистики»

1. Понятие научного исследования.
2. Методология, метод, методика в науке.
3. Принцип историзма.
4. Философские принципы познания.
5. Методы научного познания

Раздел (тема) дисциплины «Общенаучные методы исследования»

1. Специфика методов социально-гуманитарных наук. Новая парадигма социальной методологии.
2. Общелогические методы исследования.
3. Общенаучные эмпирические методы исследования.
4. Общенаучные теоретические методы исследования.
5. Достижение максимального эффекта относительно вложенных средств как ключевая задача медиапланирования.

Раздел (тема) дисциплины «Основные направления исследований в парадигме современной теории журналистики»

1. Исторический и историко-типологический подходы к изучению СМИ.
2. Типологизация как базовый метод теории журналистики.
3. Социологические методы изучения потребностей общества и интересов аудитории.
4. Методы прогнозирования удовлетворения спроса на медиапродукты.
5. Характеристики аудитории издания.

Раздел (тема) дисциплины «Проблемно-тематический аспект исследования СМИ разных типов»

1. Понятие информационной / медийной повестки дня.
2. Направления медиаисследований, посвященные анализу контента СМИ.
3. Предмет, объект, новизна исследований проблемно-тематического характера.
4. Факторы учета конкретной области контента, продолжительности и интенсивности освещения событий.
5. Понятие медиатопика. Методы исследования при проблемно-тематическом анализе СМИ.

Раздел (тема) дисциплины «Методологические и междисциплинарные подходы к исследованию СМИ»

1. Жанры СМИ и тенденции их развития как объект анализа в теории журналистики.
2. История и теория новейшей журналистики и новых медиа: методологические подходы.
3. Междисциплинарные подходы к исследованию СМИ: политологический аспект анализа.
4. Социологический и философский аспекты анализа.
5. Особенности организации медиаисследований

Раздел (тема) дисциплины «Медиалингвистика как актуальное направление медиаисследований»

1. Базовые понятия медиалингвистики и медиастилистики.
2. Современный медиатекст как объект медиаисследований.
3. Концепт, концептуальная и метафорическая модель, когнитивная метафора в СМИ.
4. Методика составления и описания формально-функционального тезауруса лексических репрезентантов. Обоснование когнитивно-дискурсивного направления в исследовании медиатекста.
5. Базовые единицы и методики анализа медиадискурса в когнитивно-дискурсивной парадигме. Коммуникативная стилистика и дискурсология: точки соприкосновения

Раздел (тема) дисциплины «Тексты СМИ сквозь призму жанрологии и речеведения»

1. Современная теория лингвистического жанроведения.
2. Система речевых жанров М.М. Бахтина, Т.Г. Винокура, Т.В. Шмелева.
3. Система жанров СМИ в различных классификациях.
4. Жанроориентированные исследования медиатекстов.
5. Применение речезанрового подхода к исследованию интернет-коммуникации в целом и интернет-СМИ.

Раздел (тема) дисциплины «Лингвистическая персонология как основа исследования языковой личности журналиста»

1. История изучения понятия «языковая личность».
2. Структура языковой личности (Ю.Н. Караулов).
3. Дискурсивно-ориентированный подход к изучению языковой личности в СМИ.
4. Информационно-медийный вектор когнитивно-дискурсивной парадигмы медиаисследований.
5. Механизм описания языковой личности журналиста.

Раздел (тема) дисциплины «Поликодовый (креолизованный) текст СМИ: определение понятия и методики анализа»

1. Понятие «креолизованного текста».
2. Градация креолизованных текстов.
3. Монокодовый, дикодовый и поликодовый тексты.
4. Коды и субкоды телевизионного текста.
5. Методика описания коммуникатов информационного телевидения.

Шкала оценивания: 2-балльная.

Критерии оценивания:

2 балла выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в полном объеме, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

1 балл выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом или не в полном объеме; допускается наличие недочетов.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

1.2 ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Раздел (тема) дисциплины «Медиалингвистика как актуальное направление медиаисследований»

1. Современный медиатекст как объект медиаисследований (по материалу 3-5 научных статей).
2. Концепт, концептуальная и метафорическая модель, когнитивная метафора в СМИ (на материале научных исследований и примеров из современных медиатекстов).
3. Базовые единицы и методики анализа медиадискурса в когнитивно-дискурсивной парадигме (анализ конкретных практик).

Раздел (тема) дисциплины «Лингвистическая персонология как основа исследования языковой личности журналиста»

1. Структура языковой личности в теории Ю.Н. Караулова.
2. Анализ работ по исследованию языковой личности в СМИ.
3. Языковой портрет журналиста (на примере по выбору).

Шкала оценивания: 2-балльная.

Критерии оценивания:

2 балла выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в полном объеме, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

1 балл выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом или не в полном объеме; допускается наличие недочетов.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

1.3 СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ

Раздел (тема) дисциплины «Общенаучные методы исследования»

Среди теоретиков журналистики идет дискуссия о применимости общенаучных методов в медиаисследованиях. Аргументируйте по очереди позицию каждой стороны и докажите уместность общенаучных теоретических и эмпирических методов исследования на примере разных видов СМИ.

Шкала оценивания: 2-балльная.

Критерии оценивания:

2 балла выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в полном объеме, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

1 балл выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом или не в полном объеме; допускается наличие недочетов.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

1.4 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАДАЧИ

Раздел (тема) дисциплины «Проблемно-тематический аспект исследования СМИ разных типов»

Газета «Городские известия» хочет расширить свою аудиторию, развивая параллельно свой сайт и страницы издания в социальных сетях. Сравните количество подписчиков на этих страницах, сопоставьте реакцию аудитории на материалы издания. Выявите наименее интересные темы. Предложите редактору рубрику, которая может заинтересовать молодежную часть аудитории; придумайте для нее название, темы 2-3 публикаций, разработайте концепцию подачи материала на сайте и в социальных сетях.

Шкала оценивания: 2-балльная.

Критерии оценивания:

2 балла выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в полном объеме, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

1 балл выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом или не в полном объеме; допускается наличие недочетов.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

1.5 ОПИСАНИЕ КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ ДЛЯ АНАЛИЗА

Раздел (тема) дисциплины «Основные направления исследований в парадигме современной теории журналистики»

На сайте компании «Медиалогия» опубликован рейтинг курских изданий за 2021 год (<https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10929/>). В топ наиболее цитируемых вошли 10 курских изданий. Аналогичный рейтинг за 2022 год демонстрирует иные позиции курских СМИ (<https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11851/>). Одни из показателей, влияющих на формирование рейтинга, - индекс цитируемости, который во многом отражает социальную влияние СМИ (количество likes и shares материалов СМИ в соцмедиа). При этом на сайте издания указано, что не учитываются показатели посещаемости аудитории, которые можно повысить самоцитированием.

Проведите анализ данной ситуации на основе типологического подхода к описанию СМИ: опишите, что, когда и где произошло, СМИ каких видов упоминались; предложите гипотезы ситуации и ее причин.

Сопоставьте данные о рейтинге СМИ в 2022 с характеристикой их аудитории (сопоставьте данные сайте и социальных сетей); сделайте выводы об их взаимосвязи.

Раздел (тема) дисциплины «Методологические и междисциплинарные подходы к исследованию СМИ»

Журналист городской общественно-политической газеты и блогер освещают одно и то же событие (крупное спортивное мероприятие в природной зоне Боевка), в публикации материала о котором они заинтересованы.

Перечислите преимущества работы корреспондента и блогера, сопоставьте их источники информации и запросы аудитории.

Приведите аргументы в пользу каждого, используя междисциплинарные подходы к изучению традиционных и новых медиа, социологический и философский аспекты анализа.

Раздел (тема) дисциплины «Тексты СМИ сквозь призму жанрологии и речеведения»

Государственное печатное СМИ развивает свою интернет-платформу (сайт и социальные сети). Сайтовики издания работают над трансформацией текстовых материалов в формы интернет-журналистики.

На примере одной публикации из печатной версии газеты продемонстрируйте новые характеристики веб-журналистики – мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность, многоканальность, коннотативность, синкретичность и т.д., – которые могут быть присущи новому материалу, созданному на базе имеющегося текста.

Раздел (тема) дисциплины «Поликодовый (креолизованный) текст СМИ: определение понятия и методики анализа»

Редакция сетевого журнала рассматривает возможность публикации мемов на своих страничках в социальных сетях.

Подберите 4-5 примеров использования мемов редакциями различных СМИ.

Обоснуйте подход к пониманию мема как креализованного текста, выделите его отличительные признаки.

Подберите пример мема, который может быть использован в контенте социальных сетей ТРК «Сейм».

Шкала оценивания: 2-балльная.

Критерии оценивания:

2 балла выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в полном объеме, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

1 балл выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом или не в полном объеме; допускается наличие недочетов.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Содержание СМИ стало рассматриваться как способ привлечения и удержания аудитории в концепциях

- а) взаимовлияния СМИ и аудитории;
- б) неограниченного воздействия СМИ на аудиторию;
- в) таблоидизации;
- г) опосредованного воздействия СМИ на аудиторию.

Задание в открытой форме:

Назовите принцип, которым, согласно современной теории медиа, люди руководствуются, чтобы прийти к пониманию текстов при интерпретации любой части текста, фразы или слова.

Задание на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность методов, которая необходима для логичного порядка проведения исследования:

- а) сбор материала, качественный анализ, синтез данных, контент-анализ;
- б) сбор материала, контент-анализ, качественный анализ, синтез данных;
- в) сбор материала, контент-анализ, прогнозирование, качественный анализ;
- г) контент-анализ, сбор материала, качественный анализ, синтез данных.

Задание на установление соответствия:

Установите соответствие между типом аудитории и компонентом восприятия, на которое направлено воздействие.

Тип аудитории:

- 1) специализированная;
- 2) массовая.

Компонент восприятия:

- А) эмоциональный,
- Б) познавательный,
- В) зрительный,
- Г) тактильный.

Варианты ответов:

- а) 1А, 2В
- б) 1Б, 2А
- в) 1В, 2В
- г) 1Г, 2А.

Компетентностно-ориентированная задача:

В ходе освещения предвыборной кампании двух кандидатов в депутаты редакциями общественно-политической газеты и интернет-издания было опубликовано значительное количество материалов.

Перечислите возможные качественные и количественные методы анализа публикаций, очертив границы выборки и принципы отбора материала.

1. Качественный метод исследования, при котором читателей спрашивают о том, как они понимают отдельные тексты, - это исследование
 - а) рецептивное
 - б) интерпретативное
 - в) качественное
 - г) традиционное
2. Найдите неверное утверждение. Рецептивный контент-анализ отличается от традиционного
 - а) отбором анализируемых текстов
 - б) отбором, подготовкой и количеством кодировщиков
 - в) способом представления результатов
 - г) оценкой согласованности между кодировщиками
3. В рецептивном контент-анализе кодировщиками выступают
 - а) представители той социальной группы, которая интересует исследователя
 - б) сами исследователи
 - в) студенты исследователей
 - г) аспиранты исследователей
4. В традиционном контент-анализе кодировщики
 - а) специально обучаются, чтобы четко следовать правилам кодирования
 - б) осуществляют кодирование соответственно своему собственному интуитивному пониманию смысла текстов
 - в) могут следовать предписаниям правил или кодировать интуитивно
 - г) не могут следовать четким правилам кодирования
5. Согласие между кодировщиками считается важным признаком качества в контент-анализе
 - а) традиционном
 - б) рецептивном
 - в) интерпретативном
 - г) авторском
6. Стратегия манипулирования сознанием реципиентов массовой коммуникации (по Т.А. ван Дейку), согласно которой свойства отдельных лиц и событий принимаются за свойства всех членов данной этнической группы, - это
 - а) сверхобобщение
 - б) приведение примера
 - в) расширение
 - г) атрибуция
7. Стратегия манипулирования сознанием реципиентов массовой коммуникации (по Т.А. ван Дейку), согласно которой происходит перенос общих свойств, приписанных этнической группе или ее "типичным" представителям, на частный случай - человека или событие, - это
 - а) приведение примера
 - б) сверхобобщение
 - в) расширение
 - г) атрибуция
8. Стратегия манипулирования сознанием реципиентов массовой коммуникации (по Т.А. ван Дейку), согласно которой негативное отношение к какой-либо отдельной черте или признаку распространяется на все другие признаки их носителей, - это
 - а) расширение
 - б) сверхобобщение
 - в) атрибуция
 - г) приведение примера

9. Стратегия манипулирования сознанием реципиентов массовой коммуникации (по Т.А. ван Дейку), согласно которой реципиенту навязывается "нужное" причинно-следственное отношение, - это
- а) атрибуция
 - б) расширение
 - в) приведение примера
 - г) свехобобщение
10. Укажите положение, противоречащее основным идеям книги Г. Лассуэла "Техника пропаганды в мировой войне":
- а) аудитория активна
 - б) эффект, производимый СМИ, сопоставим с эффектом подкожной иглы, впрыскивающей аудитории необходимое отношение к действительности
 - в) процесс коммуникации отражается в системе ответов на вопросы: Кто? Что? Как? С каким эффектом?
 - г) аудитория пассивна
11. Идея о том, что большая часть мира находится за пределами достижимости человека, поэтому человек в принципе не в состоянии осуществить верификацию тех сведений, которые доходят до него через СМИ, а потому вынужден просто доверять им, что дает СМИ неограниченные возможности по созданию в сознании людей псевдокартины мира, принадлежит
- а) У. Липпману
 - б) Г. Лассуэлу
 - в) К. Ховланду
 - г) Э. Ноэль-Нойман
12. Концепции неограниченного воздействия СМИ на аудиторию были актуальны в
- а) 1920-1930-е гг.
 - б) 1940-1950-е гг.
 - в) 1970-е гг.
 - г) 1980-е гг.
13. Концепции опосредованного воздействия СМИ на аудиторию получили распространение в
- а) 1940-1950-е гг.
 - б) 1920-1930-е гг.
 - в) 1970-е гг.
 - г) 1980-е гг.
14. Идея о том, что СМИ воздействуют с наибольшей эффективностью в тех случаях, когда апеллируют к сложившимся стереотипам и новой информацией закрепляют их, актуализируют под влиянием нового контекста, принадлежит
- а) Дж. Клапперу
 - б) У. Липпману
 - в) Г. Лассуэлу
 - г) Э. Ноэль-Нойман
15. Концепции взаимовлияния СМИ и аудитории получили распространение в
- а) 1960-1970-е гг.
 - б) 1940-1950-е гг.
 - в) 1920-1930-е гг.
 - г) 1980-е гг.
16. Содержание СМИ стало рассматриваться как способ привлечения и удержания аудитории в концепциях
- а) взаимовлияния СМИ и аудитории
 - б) опосредованного воздействия СМИ на аудиторию
 - в) неограниченного воздействия СМИ на аудиторию

- г) таблоидизации
- 17. СМИ определяют не столько - что думать, сколько - о чем, согласно концепции
 - а) формирования пунктов повестки дня
 - б) спирали молчания
 - в) зависимости эффектов массовой коммуникации
 - г) таблоидизации
- 18. Люди предпочитают скрывать то, что противоречит сложившимся мнениям "большинства", т.е. взглядам, транслируемым в СМИ, согласно концепции
 - а) спирали молчания
 - б) формирования пунктов повестки дня
 - в) зависимости эффектов массовой коммуникации
 - г) таблоидизации
- 19. Люди попадают в зависимость от СМИ в том случае, когда общество находится в состоянии изменений, конфликтов и нестабильности, согласно концепции
 - а) зависимости эффектов массовой коммуникации
 - б) формирования пунктов повестки дня
 - в) спирали молчания
 - г) таблоидизации
- 20. К типичным чертам таблоида не относится
 - а) маленький объем рекламы
 - б) сенсационное, легкое содержание
 - в) недорогое распространение и цена
 - г) большой объем рекламы

Шкала оценивания: 36-балльная.

Критерии оценки:

25-36 баллов выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 80 - 100%

18-24 баллов выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 55-79%.

8-17 баллов выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 25-54%.

1-7 баллов выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 5-24%.