

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 «Проблемы современности и
повестки дня средств массовой информации»

42.04.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины «Основы конструирования повестки дня в средствах массовой информации. Информационный повод как основа повестки дня в СМИ»

1. Понятие повестки дня СМИ.
2. Основы конструирования повестки дня в средствах массовой информации.
3. Информационный повод как основа повестки дня в СМИ.
4. Проблемы современности в контексте развития информационного общества.
5. Социальная ответственность журналиста в контексте актуальных проблем современности.

Раздел (тема) дисциплины «Приёмы «раскрутки» и «глушения» тем в СМИ»

1. Приёмы «раскрутки» и «глушения» тем в СМИ. Рейтингование.
2. Сенсационность. Смещение акцентов. Создание ассоциаций.
3. Создание информационной волны. Создание проблемы. Создание угрозы. Социальное одобрение. Сросшиеся предложения.
4. Упреждающий удар. Фиксация на авторитетах. Техника инсценированных мероприятий.
5. Отвлечение внимания в СМИ. Техника фактографического правдоподобия и обхода с фланга.

Раздел (тема) дисциплины «Аудитория и повестка дня СМИ»

1. Аудитория и повестка дня СМИ.
2. СМИ в системе общественного диалога в контексте формирования установок толерантности.
3. Жанрово-тематические и информационные потребности аудитории (на примере радиостанции).
4. Информационные потребности аудитории (на примере газеты).
5. Жанрово-тематические потребности аудитории (на примере газеты).

Раздел (тема) дисциплины «Проблемы глобализации в информационной повестке дня СМИ»

1. Проблемы глобализации в информационной повестке дня СМИ. Глобализация и кризис индустриального общества (по материалам СМИ).
2. Глобализация и средства массовой коммуникации (по материалам СМИ). Противоречия глобализации на страницах российских СМИ.
3. Процессы глобального масштаба: негативные и позитивные аспекты (по материалам СМИ).
4. Новые проблемы цивилизации: прогнозы и тенденции (по материалам СМИ). Проблемы миграции: обзор российских СМИ. Демографические проблемы на страницах российских СМИ.
5. Региональные конфликты как фактор глобальных угроз в современном мире (по публикациям российских газет и журналов).

Раздел (тема) дисциплины «Особенности отражения социальных проблем в СМИ»

1. Особенности отражения социальных проблем в СМИ. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное массовое действие.
2. Определение социального настроения аудитории и формирование повестки дня СМИ. Социальная проблематика в СМИ: особенности ее освещения.
3. Понятие «пресса третьего сектора». Проблема «гражданской журналистики».
4. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества. Медиа и демократия.
5. Проблема искажения социальной реальности посредством СМИ.

Раздел (тема) дисциплины «Медиаисследования и проблема формирования политической повестки дня»

1. Медиаисследования и проблема формирования политической повестки дня.
2. Энтони Даунс: исследование «цикла поддержания внимания к вопросу».
3. Формирования политической повестки дня предложили в работах Роджера Кобба.
4. Формирования политической повестки дня предложили в работах Чарльз Элдера.
5. Психологические установки и социальные знания как факторы в определении общественно-политической проблемы.

Раздел (тема) дисциплины «Проблема формирования экономической повестки дня»

1. Проблема формирования экономической повестки дня.
2. СМИ как сектор экономики. СМИ как экономические посредники.
3. Экономическая зависимость СМИ и искажение информации.
4. Особенности подачи экономической информации в СМИ (в ситуации экономического кризиса).
5. Стереотипы экономики в СМИ. Бедность как социально-экономическая категория в повестке дня СМИ.

Раздел (тема) дисциплины «Актуальные проблемы социальной практики в освещении СМИ»

1. Актуальные проблемы социальной практики в освещении СМИ.
2. Гендерное неравенство как актуальная проблема человечества (на примерах публикаций в СМИ).
3. Цифровое неравенство как тема для освещения в СМИ.
4. Экологическое неравенство как тема для освещения в СМИ.
5. Человечество и новые виды опасных заболеваний (на материалах российской и/или зарубежной периодики).

Раздел (тема) дисциплины «Диффамация и отражение проблем современности в СМИ»

1. Понятие и юридическая природа института диффамации.
2. Диффамация и отражение проблем современности в СМИ.
3. СМИ и кибердиффамация: актуальные проблемы.
4. Проблемы ответственности за диффамацию.
5. Проблемы судебной защиты от диффамации в 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.

1.2 ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Раздел (тема) дисциплины «Проблемы глобализации в информационной повестке дня СМИ»

1. Однотипная реклама в журналах разных стран и на разных языках, одинаковые телешоу на ТВ разных стран как проявления глобализации (анализ примеров по выбору).

2. Информационная глобализация как фактор актуальных преобразований в системе электронных СМИ.

3. Пять трендов развития массовой коммуникации в Интернете.

Раздел (тема) дисциплины «Актуальные проблемы социальной практики в освещении СМИ»

1. Социальная проблематика в региональных СМИ (на примере газет и телеканалов).

2. Гендерное неравенство как актуальная проблема человечества (на примерах публикаций в СМИ).

3. Человечество и новые виды опасных заболеваний (на материалах российской и/или региональной периодики)

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 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАДАЧИ

Раздел (тема) дисциплины «Приёмы «раскрутки» и «глушения» тем в СМИ»

Редакция издания готовится к публикации материала, связанного с предвыборной кампанией одного из руководящих работников региона, и проводит работу со своими корреспондентами, обучая приемам раскрутки и глушения информации. Продемонстрируйте, как работают эти приемы на примере конкретной публикации.

Выберите текст региональной газеты о мероприятии, в котором участвует один из руководящих работников любой области деятельности.

Отредактируйте отдельные части текста (по 2-3 предложениям), чтобы продемонстрировать следующие приемы раскрутки информации:

«закладывание шашек» - публикация материалов, которые касаются будущей сенсационной темы и которые «детонируют» вместе с ней;

«информационный повод» - привязка какого-нибудь события к проблемам, которых касается кандидат на выборах или какой-либо политик. Вроде бы разговор идет о некоей «новости», а на самом деле публикуется нужная информация;

«кластеризация» - деление программы на куски и привязывание каждого куска к интересам какой-либо группы;

«канонизация социологического опроса» (фокус-группы, экспертного мнения) -- интерпретация данных опросов, выданных «учеными» с последующим изложением аргументов, почему данные именно таковы;

«общее мнение» - выдача личных мнений и оценок за факты;

«искусственный спутник» - вложение похвал в адрес кандидата и его программы в уста «звезды», авторитета или лидера общественного мнения;

«фальшивая утечка» - фальсификация или «вброс» какой-либо совершенно секретной информации в нужное время перед нужным событием.

Отредактируйте отдельные части текста (по 2-3 предложениям), чтобы продемонстрировать следующие приемы глушения информации:

«глушилка» - обрамление темы диссонирующими материалами (не противоположными - иначе СМИ будут ее раздувать дальше, а именно такими же по тону, но другими по субъекту или объекту);

«утяжеление» - изложение повода в скучном и большом материале;

«замуровывание» - выхватывание из нежелательной темы кусочка, желательно самого скучного и раздувание именно его;

«раскрытие глаз» - изложение темы с последующим изложением ее происхождения;

«враг народа» - использование критики от имени народа, а не от имени автора материала;

«использование синонимов» - замена в сообщении понятий, имеющих негативный оттенок на более нейтральные (например, не война, а контртеррористическая операция).

Раздел (тема) дисциплины «Медиаисследования и проблема формирования политической повестки дня»

Редактор сетевого издания поручает Вам изучить политическую повестку дня России для расширения новостного диапазона регионального издания. Проанализируйте новостные ленты российских СМИ и предложите 3 темы, которые могут быть интересны курянам в контексте их взаимосвязи с потребностями населения. Приведите примеры материалов на выбранные темы в российских 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 ОПИСАНИЕ КОНКРЕТНОЙ СИТУАЦИИ ДЛЯ АНАЛИЗА

Раздел (тема) дисциплины «Аудитория и повестка дня СМИ»

Газета «Курские известия» хочет расширить свою аудиторию, развивая параллельно свой сайт и страницы издания в социальных сетях. Для этого редакция увеличила штат сотрудников, разрабатывающих сайт и социальные сети. Однако прирост аудитории за последние месяцы оказался незначительным.

Изучите жанрово-тематические и информационные потребности аудитории газеты. Выявите наименее интересные темы. Предложите редактору тему и ее жанровое оформление, которая может заинтересовать молодежную часть аудитории; придумайте для нее название, темы 2-3 публикаций, разработайте концепцию подачи материала на сайте и в социальных сетях.

Раздел (тема) дисциплины «Особенности отражения социальных проблем в СМИ»

Редакция современного СМИ ставит перед собой задачу формирования повестки СМИ с учетом социального настроения аудитории.

Подготовьте обзор способов учета настроений аудитории и взаимодействия с ней, используя научную литературу и примеры конкретных медиа.

Составьте перечень тем, которые необходимо охватывать общественно-политическому изданию с целью удовлетворения запросов населения, приведите примеры публикаций в региональных медиа за последние 2-3 месяца по названным темам, указав выходные данные.

Раздел (тема) дисциплины «Проблема формирования экономической повестки дня»

Редакция вырабатывает вектор освещения экономической повестки дня в связи со сложившейся внешнеполитической ситуацией и введенными по отношению к стране санкциями.

Сформулируйте особенности подачи экономической информации в государственном СМИ в ситуации экономического кризиса.

Приведите примеры публикаций и сюжетов 2022-2023 гг. из региональных СМИ, демонстрирующих подачу материалов на заданную тему, охарактеризуйте специфику подачи экономической информации в них.

Раздел (тема) дисциплины «Диффамация и отражение проблем современности в СМИ»

Журналист опубликовал критическую статью об одном высокопоставленном чиновнике в одном социальном медиа. Герой публикации собирается подать иск в суд о защите о защите чести, достоинства и деловой репутации.

Определите, какие последствия для него может иметь для него этот шаг. При этом ответьте на вопросы: Чем это грозит автору в зависимости от типа СМИ? Нужно ли будет доказывать сказанное в статье? Какая съемка может служить доказательством? Что герой публикации может потребовать в суде? Как он будет это делать процессуально? Как рассчитывается размер морального вреда? Как устанавливают, что распространены именно порочащие сведения?

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:

Согласно Закону "О государственной тайне", защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которой может нанести ущерб безопасности РФ, - это

- а) конфиденциальная информация;
- б) информация, отнесенная к государственной тайне;
- в) частная информация;
- г) военная тайна.

Задание в открытой форме:

Укажите период, за который до проведения выборов в СМИ начинается предвыборная агитация.

Задание на установление правильной последовательности

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

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

Задание на установление соответствия:

Установите соответствие между приемами "раскрутки" (1) и "глушения" (2) тем в СМИ.

Приемы:

- А) сенсационность;
- Б) создание информационной волны;
- В) отвлечение внимания в СМИ;
- Г) техника фактографического правдоподобия и обхода с фланга.

Варианты ответов:

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

Компетентностно-ориентированная задача:

Назовите пять актуальных проблем современности, которые могут составить повестку дня курского, российского или международного издания.

Раскройте одну из выбранных тематических линий, подобрав к ней 2-3 возможных заголовка публикаций или обозначив основные вопросы материалов.

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%.