

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

«Типология средств массовой коммуникации»

42.04.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины «Средства массовой коммуникации как социальная система»

1. Средства массовой коммуникации как социальная система.
2. Типологизация как метод научного познания
3. Основные компоненты, обеспечивающие функционирование системы СМИ.
4. Основные подсистемы СМИ.
5. Типология СМИ по экономическим характеристикам.

Раздел (тема) дисциплины «Типологизация как метод научного познания»

1. Основные характеристики метода типологии.
2. Типичный образ.
3. Становление научной типологии.
4. Группировка, классификация, типологизация.
5. Методология журналистики.

Раздел (тема) дисциплины «Типология средств массовой коммуникации»

1. Параметры типологизации средств массовой коммуникации.
2. Переходный период в медиасистемах разных стран.
3. Системные характеристики СМИ.
4. Исторические этапы развития отечественной медиасистемы.
5. Типологические характеристики сетевых изданий на примере сетевого издания «KURSKCITY».

Раздел (тема) дисциплины «Периодические издания: понятие, признаки, виды»

1. Газета и журнал как тип издания.
2. Аудитория печатных СМИ.
3. Газетная периодика. Общероссийские издания.
4. Региональные издания (пресса национальных регионов, областные и местные газеты).
5. Журналы.

Раздел (тема) дисциплины «Современные качественные и массовые издания»

1. Национальная и региональная печать.
2. Гендерные издания.
3. Детская и юношеская пресса.
4. Деловые издания.
5. Досуговые и рекламно-справочные издания.

Раздел (тема) дисциплины «Основные радиоорганизации России»

1. Особенности деятельности российских радиостанций.
2. Формат радиопрограмм.
3. Радиовещание новой России.

4. Проблемы становления современного российского радио.
5. Особенности функционирования радио, тенденции развития.

Раздел (тема) дисциплины «Общественно-политическая роль телевидения как СМИ»

1. Проблемы и перспективы развития телесистемы РФ.
2. Программные и вещательные организации ТВ.
3. Трансформация российского ТВ.
4. Современные общественно-политические программы.
5. Специфика программ отдельных каналов.

Раздел (тема) дисциплины «Информационные агентства как развивающаяся подсистема СМИ»

1. Специфика информационных агентств в системе СМИ.
2. Мировые, национальные, региональные информационные агентства.
3. Подача новостных материалов в информагентствах.
4. Новость как основной жанр информационного агентства.
5. История российских и зарубежных информационных агентств.

Раздел (тема) дисциплины «Российские СМИ и Интернет»

1. Аудитория Рунета и пользователи Интернет-СМИ.
2. История становления Интернет-СМИ.
3. Системные и специфические признаки Интернет-СМИ.
4. Классификация российских Интернет-СМИ.
5. Сетевое издание «KURSKCITY» в системе региональных 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 «Типологизация как метод научного познания»

1. Основные сегменты медиасистемы.
2. Медиасистема: основные силы влияния.
3. Динамика национальной медиасистемы в 20-21 вв. и ее типологизация.

Раздел (тема) дисциплины «Периодические издания: понятие, признаки, виды»

1. Рынок современных периодических изданий в России.
2. Аудитория курских печатных СМИ

3. Тип городской газеты на региональном рынке (на примере газеты «Городские известия»).

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 ЗАДАНИЯ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

Раздел (тема) дисциплины «Основные радиоорганизации России»

Министерство информации и общественных коммуникаций Курской области собирает информацию для обновления своего сайта.

Подберите необходимую информацию, содержащую типологические характеристики региональных радиостанции, включая российские, вещающие на наших частотах (цель радио и концепция, ареал распространения, характеристика аудитории, формат, особенности распространения и продвижения и т.п.).

Раздел (тема) дисциплины «Информационные агентства как развивающаяся подсистема СМИ»

Сетевое издание «KURSKiTY» позиционирует себя как региональное информационное агентство, о чем свидетельствует сайт медиа.

Проанализируйте новостную ленту и наполнение отдельных рубрик сайта издания, стиль и содержание заголовков, жанровые особенности публикаций издания.

Установите соответствие между дифференциальными признаками информационных агентств как типа СМИ (аудиторный признак – специфический характер потребителя продукта, функциональный признак – сектор производства содержания, мультиадресность и др.) и характеристики сетевого СМИ. Обоснуйте свое мнение, приведите примеры публикаций.

Проанализируйте информационные продукты, создаваемые региональным изданием.

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 «Типология средств массовой коммуникации»

На пост главного редактора сетевого издания назначен новый исполнитель. Он узнает, что ранее «KURSKSiTY» позиционировало себя как информационное агентство, а в настоящее время зарегистрировано как сетевое издание, и дает задание подготовить обоснование такого перехода.

Соберите информацию о типологических характеристиках информационных агентств и сетевых изданий, дайте системную типологическую характеристику издания на современном этапе (цель издания и концепция, ареал распространения, характеристика аудитории, формат, тираж, особенности распространения и т.п.).

Раздел (тема) дисциплины «Современные качественные и массовые издания»

Редакция городского общественно-политического еженедельника, вынужденная считаться с потребностями аудитории и востребованностью подачи материалов в манере инфотейнмента, балансирует на грани качественного и массового изданий.

Сформулируйте признаки качественного издания, приведите названия соответствующих российских печатных изданий и их публикаций, продемонстрируйте на их примере признаки качественного издания. Проведите аналогичную работу по анализу массовых российских изданий.

Подберите примеры публикаций в региональной прессе, соответствующих требованиям качественного и массового издания.

Предложите тему и возможные варианты ее реализации в концепции качественной / массовой прессы. Определите преимущества и сложности развития издания в каждом из этих случаев.

Раздел (тема) дисциплины «Общественно-политическая роль телевидения как СМИ»

В системе регионального телевидения планируется появление нового канала. Его создатели должны детально урегулировать работу новой инфраструктуры.

Изучите основные законодательные акты, связанные с телерадиовещанием, в действующей редакции (с учетом дополнений и изменений) и подготовьте обзор наиболее важных их пунктов, которые необходимо учесть при организации работы телерадиокомпании:

Закон РФ «О средствах массовой информации»,

Федеральный закон «О связи»,

Федеральный закон «О рекламе»,

Постановление правительства РФ «О лицензировании телевизионного вещания и радиовещания»,

Федеральная целевая программа «О развитии телерадиовещания в Российской Федерации» и др.

Раздел (тема) дисциплины «Российские СМИ и Интернет»

Журнал «Коммерсантъ. Секрет Фирмы» разместил материал «Упаковщики новостей» о том, как работает новое поколение онлайн-медиа, в частности, защищает пользователей от информационной перегрузки. Познакомьтесь с публикацией для выполнения задания <https://www.kommersant.ru/doc/2453925>

Проанализируйте текст статьи; отталкиваясь от опыта Дэвида Бредли, опишите

продуктивные способы работы с вниманием аудитории, которые может использовать современное онлайн-СМИ. Сформулируйте подобные предложения для сетевого регионального 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.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Существенное отличие между газетой и журналом заключается в ...

- а) характере информации и оперативности;
- б) тираже;
- в) форме;
- г) объеме.

Задание в открытой форме:

Назовите первую печатную газету России.

Задание на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность появления средств массовой информации:

- а) печать, информационное агентство, радио, телевидение;
- б) печать, радио, информационное агентство, телевидение;
- в) информационное агентство, печать, радио, телевидение;
- г) информационное агентство, радио, печать, телевидение.

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 дискуссии на телевидении обсуждается актуальный вопрос о том, считать или нет блог новым типом СМИ, а блогера - журналистом.

Аргументируйте свою позицию в данном споре, основываясь на действующем законодательстве о СМИ (т.е. перечислите, в каком случае сайт в Интернете можно считать СМИ).

1. Совокупности изданий и передач, определяемой, с одной стороны, политикой государства, а с другой, - потребностями общества на каждом историческом отрезке времени - это...

- а) система СМИ

- б) типология СМИ
 - в) инфраструктура СМИ
2. Изучение вопроса о специфике системы СМИ предполагает...
- а) характеристику политики государства в отношении СМИ, а также типологических признаков, которые во многом обусловлены и зависят от потребностей аудитории
 - б) только характеристику политики государства в отношении СМИ
 - в) только характеристику типологических признаков, которые во многом обусловлены и зависят от потребностей аудитории
3. Совокупность таких субъектов массовой коммуникации, как: периодическое печатное издание (газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год); радио-, теле-, видеопрограмма; кинохроникальная программа; иная форма периодического распространения массовой информации
- а) средства массовой информации
 - б) система СМИ
 - в) типология СМИ
1. Что не относится к признакам СМИ?
- а) масштабность
 - б) массовость
 - в) периодичность
 - г) принудительность
2. Что не относится к системным характеристикам системы СМИ?
- а) способность удовлетворять информационные потребности и интересы аудитории целостный характер
 - б) наличие совокупности компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей
 - в) наличие четкой структуры
 - г) наличие необходимого набора функций
3. Что не относится к компонентам системы СМИ?
- а) типология СМИ
 - б) техническая база СМИ
 - в) экономика СМИ
 - г) аудиторный фактор
7. Узкоспециализированное периодическое издание (журнал или книга) познавательного, развлекательного, коллекционного характера, состоящее из выпусков (частей), выходящее еженедельно или один раз в две недели на протяжении 1-2 лет, как правило в соответствии с заранее установленным планом
- а) "толстый" журнал
 - б) энциклопедический журнал
 - в) отраслевое издание
8. Одна из главных проблем российской полиграфии...
- а) полная зависимость от импорта оборудования, расходных материалов, мелованных сортов бумаг
 - б) отсутствие высококвалифицированных кадров
 - в) сосредоточенность полиграфических предприятий исключительно в крупных городах
9. Принятый в 1991 году закон о СМИ разрешил в качестве учредителей выступать...
- а) частным лицам
 - б) государственным структурам
 - в) коммерческим предприятиям
10. В России проблема электронных сетей как нового вида СМИ впервые была поставлена...

- а) А.И. Акоповым
 - б) В.В. Тулуповым
 - в) Е.П. Прохоровым
11. Согласно Закону о СМИ, сетевое СМИ - это...
- а) сайт в сети Интернет, зарегистрированный в качестве средства массовой информации
 - б) любой сайт в сети Интернет
 - в) информационный сайт с количеством ежедневных посещений не менее одной тысячи человек
12. Сайт может быть зарегистрирован как СМИ только в том случае, если...
- а) его владельцы сами подали соответствующее заявление
 - б) получено разрешение Роскомнадзора
 - в) согласно российскому законодательству, сайт не может быть зарегистрирован в качестве СМИ
13. Система жизнеобеспечения деятельности журналистики, которая, с одной стороны, предоставляет газетам, журналам, телерадиоорганизациям все необходимое для их успешной деятельности - информацию, технику, средства связи и т.д., а с другой - обеспечивает доставку информационной продукции потребителям
- а) инфраструктура СМИ
 - б) система СМИ
 - в) типология СМИ
14. Специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ, основная функция которых - снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию
- а) информационные агентства
 - б) инфраструктура СМИ
 - в) система СМИ
15. Специфика печати как подсистемы СМИ обуславливается ...
- а) фиксацией информации на бумажном носителе
 - б) длительностью существования
 - в) большой "вторичной" аудиторией
16. Важнейшим свойством печатных СМИ с точки зрения взаимодействия с аудиторией является ...
- а) возможность быстрого, обзорного ознакомления со всем «репертуаром» сообщений
 - б) «эффект присутствия» благодаря наличию «картинки»
 - в) невизуальность
17. Что не относится к свойствам печатных СМИ как подсистемы средств массовой информации?
- а) «эффект присутствия» благодаря наличию «картинки»
 - б) возможность быстрого, обзорного ознакомления со всем «репертуаром» сообщений
 - в) возможность «отложенного чтения»
18. Свобода при контакте с печатными изданиями предполагает...
- а) возможность обращаться к одному и тому же произведению несколько раз, хранить нужное, подчеркивать, делать пометки на полях и пр.
 - б) легко иметь «при себе» и обращаться к «извлечению» информации в удобное время
 - в) возможность «отложенного чтения»
19. Печать проигрывает другим средствам коммуникации по следующему свойству?

- а) сам процесс чтения (декодирования условных печатных знаков) предполагает высокую степень абстрактности мышления, активную работу воображения, интеллектуальное напряжение
 - б) автономность
 - в) возможность «отложенного чтения»
20. Исключите лишнее. Специфические свойства радиовещания как подсистемы СМИ
- а) автономность
 - б) носителем информации является только звук
 - в) радиосвязь позволяет мгновенно передавать информацию на неограниченные расстояния
 - а) возможность передачи звука всех типов - звучащей речи, музыки, шумов (благодаря этому радио способно создавать полнокровную звуковую картину мира)
21. В 90-ые гг. многотиражные газеты преобразовались в...
- а) корпоративные издания
 - б) муниципальные издания
 - в) специализированные издания
 - г) деловые издания
22. Исключите лишнее. Современные сетевые СМИ обладают следующими свойствами...
- а) визуальность
 - б) интерактивность
 - в) мультимедийность
 - г) гипертекстуальность
23. Исключите лишнее. Особенности радио определяют следующие его негативные свойства
- а) автономность
 - б) принудительность восприятия информации
 - в) при восприятии передач задействованы только слуховые рецепторы, благодаря чему появляется возможность совмещения со слушанием передач многих других дел и занятий
 - г) при наличии множества каналов радиовещания, слушатель в определенный отрезок времени способен воспринимать только одну программу, отказавшись от всех других, одновременно идущих
24. Система связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок; эта связь между отдельными текстами осуществляется в единой среде, что позволяет читать текст не только на одном уровне, как на бумаге, но благодаря внутренним и внешним ссылкам просматривать его вглубь
- а) гипертекстуальность
 - б) мультимедийность
 - в) интерактивность
25. Свойство сетевых СМИ, заключающееся в использовании для передачи и «упаковки» информации не только в вербальной (текстовой), но и в других знаковых системах - графической, звуковой, фото, видео, анимационной
- а) мультимедийность
 - б) гипертекстуальность
 - в) интерактивность
26. Свойство сетевых СМИ, предполагающее многосторонний информационный обмен с потребителем, причем, как с отдельными представителями, так и с аудиторией в целом
- а) интерактивность
 - б) гипертекстуальность
 - в) мультимедийность
27. Метод (а также результат) научного познания, научной систематизации, классификации газет (журналов, телепрограмм) на основе общих для них признаков и свойств

- а) типология
 - б) таксономия
 - в) классификация
28. Область теории журналистики, включающая историко-теоретическое системное описание изданий по типоформирующим признакам, составление различных, зависящих от конкретных задач исследования, классификаций изданий; выяснение взаимоотношений, связей между подвергнутыми классификации изданиями в пределах данной системы
- а) типология периодических изданий
 - б) таксономия журналистики
 - в) классификация
29. Система соподчиненных понятий (классов, объектов, явлений) в той или иной отрасли знания или деятельности человека, составленная на основе учета общих признаков объектов и закономерных связей между ними, а также позволяющая ориентироваться в многообразии объектов и являющаяся источником знаний о них
- а) классификация
 - б) типология
 - в) таксономия журналистики
30. Свойства, показатели, составляющие внутреннюю структура типа как модели
- а) типологические признаки
 - б) вторичные (зависимые) типологические признаки
 - в) формальные типологические признаки
31. Основной вид типологических признаков, непосредственно влияющих на возникновение, развитие и трансформацию издания
- а) типоформирующие (типообразующие) признаки
 - б) вторичные (зависимые) типологические признаки
 - в) формальные типологические признаки
32. Что не относится к типоформирующим (типообразующим) признакам СМИ?
- а) авторский состав
 - б) издатель
 - в) цели и задачи
 - г) читательская аудитория
33. Цели и задачи как вид типоформирующих (типообразующих) признаков СМИ - это...
- а) проектируемый образ результата, на достижение которого направлены стратегические и тактические действия издателя
 - б) наличие или отсутствие элементов художественного оформления, дизайн издания
 - в) комплекс интеллектуальных усилий, цель которых оптимизировать переход из настоящего в желаемое будущее
34. Вид признаков, характеризующих тип издания в зависимости от типоформирующих признаков и определяемых им (типом)
- а) вторичные (зависимые) типологические признаки
 - б) типоформирующие (типообразующие) признаки
 - в) формальные типологические признаки
35. Что не относится к вторичным (зависимым) типологическим признакам СМИ?
- а) издатель
 - б) авторский состав
 - в) внутренняя структура
 - г) жанры
 - д) оформление
36. Внутренняя структура как разновидность вторичных (зависимых) типологических признаков СМИ - это...
- а) система разделов и рубрик, рубрикация или ее отсутствие
 - б) наличие или отсутствие элементов художественного оформления, дизайн издания

проектируемый образ результата, на достижение которого направлены стратегические и тактические действия издателя

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%.