

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Степыкин Николай Иванович
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 06.02.2025 11:23:11
Уникальный программный ключ:
79cb37fa15c029eb9fe555478f21c47b73e92308

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой
теоретической и прикладной
лингвистики



Н.И. Герасимова

«03» июля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся

по дисциплине

«СМИ Курска и Курской области»

42.03.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины «Общие закономерности развития современных региональных СМИ»

1. Общественно значимые региональные СМИ и тенденциях их развития.
2. Особенности возникновения и развития радио, телевидения, интернет-СМИ в Курске и Курской области.
3. Курская пресса как часть региональных СМИ и проблемы её функционирования на современном этапе.

Раздел (тема) дисциплины «Аудиторный фактор трансформации региональных СМИ»

1. Влияние аудиторного фактора на систему СМИ.
2. Тенденции развития аудиторного фактора в системе массовой информации: на примере масс-медиа Курской области.
3. Аудитория СМИ в условиях модернизации общества.

Раздел (тема) дисциплины «Обзор общественно значимых периодических изданий Курской области»

1. Особенности становления печати в Курской области, развития периодических изданий.
2. Основные периодические издания Курской области («Курская правда», «Молодая гвардия», «Курск», «Соловьиная провинция» и т.д.). Классификация периодических изданий Курской области.
3. Особенности аудитории современной печати.

Раздел (тема) дисциплины «Обзор общественно значимых радиостанций Курской области»

1. Особенности становления радиовещания в Курской области.
2. Радиостанции Курска и Курской области: особенности функционирования, жанрово-тематическая направленность и т.д.
3. Специфика регионального радиовещания как средства массовой информации Курской области.
4. Особенности аудитории современного радио.

Раздел (тема) дисциплины «Перспективы развития СМИ в регионе»

1. Основные тенденции развития печатных, аудиовизуальных, Интернет-СМИ. Особенности региональной журналистики.
2. Соотношение аудитории различных СМИ и прогноз развития.
3. Современное состояние СМИ Курской области. Перспективы развития.
4. Роль региональных СМИ в формировании современного социокультурного пространства.
5. Приоритетные жанры региональных СМИ: тенденции и перспективы.
6. Развитие региональных СМИ в условиях информационной глобализации.

7. Современная Курская периодическая печать как источник информации о социальном самочувствии населения.
8. Материально-техническая база и трудности включения провинциальных средств массовой информации в мировое пространство.

Шкала оценивания: 4-балльная.

Критерии оценивания:

4 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, 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.

3 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом; допускается наличие несущественных недочетов.

1-2 балла (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если при решении задачи допущены ошибки некритического характера и (или) превышено установленное преподавателем время.

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

1.2 КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

Раздел (тема) дисциплины «Процессы в современных региональных СМИ»

Контрольная работа № 1

Вариант 1

1. Состояние и трансформационные процессы региональных СМИ.
2. Эволюционные процессы в языке региональных средств массовой информации конца XX-начала XXI вв.
3. Процессы взаимного проникновения телевидения, печати и Интернета.
4. Информационное пространство России и регионов. Участники процессов.

Вариант 2

1. Роль СМИ в процессе демократизации и других общественно-политических перемен.
2. Анализ процессов становления структуры, особенностей функционирования и развития средств массовой информации в Курской области.
3. Трансформационные процессы, проходящие в зоне взаимодействия региональных и национальных СМИ.
4. Ключевые факторы, влияющие на процессы трансформации региональных СМИ.

Раздел (тема) дисциплины «Проблемы региональных СМИ на современном этапе»

Контрольная работа № 2

Вариант 1

1. Тенденции развития современных региональных СМИ в структуре российского общества.
2. Общественно-политические условия развития региональной прессы.
3. Современная Курская периодическая печать как источник информации о социальном самочувствии населения.
4. Материально-техническая база и трудности включения провинциальных средств массовой информации в мировое пространство.

Вариант 2

1. Структура региональных СМИ, особенности и перспективы развития СМИ в

Курской области.

2. Анализ региональных средств массовой информации на примере нескольких изданий. Приоритетные жанры периодической печати регионов.
3. Региональная интернет-журналистика: современное состояние и перспективы развития (на материале контент-анализа Интернет-ресурсов Курской области).
4. Развитие региональных СМИ в условиях информационной глобализации.

Раздел (тема) дисциплины «Анализ общественно значимых телеканалов Курской области»

Контрольная работа № 3

Вариант 1

1. Обзор основных телеканалов Курской области (классификация, особенности функционирования и т.д.).
2. Особенности функционирования прямых эфиров с участием первых лиц Курской области на региональном телеканале.
3. Анализ направленности вещания одного из Курских телеканалов (на примере телекомпании «ТАКТ»).
4. Проблемы и перспективы развития телесистемы Курской области.
5. Особенности деятельности Курских телеканалов.
6. Жанрово-тематические и информационные потребности аудитории на примере телеканалов.
7. Социальная проблематика в региональных телевизионных СМИ.
8. Человечество и новые виды опасных заболеваний (на материалах региональных телеканалов).
9. Рост и падение популярности телеканалов Курской области.
10. Специфика коммерческой информационно-аналитической программы.
11. Особенности создания и распространения информационных программ телевидения в условиях эфирной конкуренции.
12. Особенности внеэфирного компонента телепроекта.

Вариант 2

1. Контент и жанрово-тематическая направленность общественно значимых телеканалов Курской области.
2. Характеристика телеаудитории в условиях современного телевещания.
3. Анализ направленности вещания одного из Курских телеканалов (на примере телекомпании «Сейм»).
4. Трансформация Курского ТВ.
5. Проблемы становления современного Курских телеканалов.
6. Современные возможности освещения различных социальных проблем на телеканалах Курской области.
7. Гендерное неравенство как актуальная проблема человечества (на примерах материалов региональных телеканалов).
8. Развитие сетевого телевидения в Курской области. Кабельное и спутниковое телевидение.
9. Особенности функционирования развлекательных программ на региональном телеканале.
10. Особенности функционирования и перспективы регионального телевидения в условиях активного развития Интернет-ресурсов.
11. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы.
12. Структура телевизионного вещания (наличие вещательных организаций) в регионах.

Раздел (тема) дисциплины «Жизнь региона в интернет-изданиях»

Контрольная работа № 4

Вариант 1

1. Региональная Интернет-журналистика: современное состояние и перспективы развития (на материале контент-анализа Интернет-ресурсов Курской области).
2. Переход печатных изданий в Интернет. Причины и тенденции перехода.
3. Интернет-СМИ региона в контексте развития информационно-коммуникативного пространства.
4. Перспективы развития Интернет-СМИ Курской области.
5. Жанрово-тематические и информационные потребности аудитории на примере Интернет-изданий.
6. Механизмы и технологии формирования информационно-политической повестки дня в региональных Интернет-СМИ.
7. Социальная проблематика в региональных Интернет-изданиях.
8. Человечество и новые виды опасных заболеваний (на материалах региональных Интернет-изданий).
9. Региональная информационная повестка дня в электоральный период в Интернет-СМИ.
10. Особенности создания и распространения контента в условиях конкуренции.
11. Закономерности формирования медийного образа территорий в региональных СМИ
12. Проблемы, с которыми сталкиваются регионы в процессе развития и преобразования Интернет-журналистики.
13. Преимущества интернет-изданий.
14. История развития Интернет-СМИ в Курской области.
15. Виды статей в Интернет-журналистике (на примере региональных изданий).
16. Сайты региональных газет и радиостанций.

Вариант 2

1. Интернет-СМИ Курска и Курской области: основные виды и их представленность.
2. Отражение общественных, политических, культурных событий в Интернет-СМИ.
3. Проблемы развития региональных Интернет-СМИ.
4. Роль региональных Интернет-изданий в формировании современного социокультурного пространства.
5. Приоритетные жанры региональных Интернет-СМИ: тенденции и перспективы.
6. Аудитория Рунета и пользователи Интернет-СМИ.
7. Журналистские приемы раскрутки и глушения информации в Интернет-изданиях.
8. Современные возможности освещения различных социальных проблем в Интернет-СМИ.
9. Гендерное неравенство как актуальная проблема человечества (на примерах публикаций в Интернет-СМИ).
10. Медийный образ региона как элемент информационного продвижения конкретной территории.
11. Формирование повестки дня в региональных средствах массовой информации.
12. Проблемы передачи информации о жизни региона в Интернет-изданиях
13. Особенности Интернет-изданий и специфика онлайн-новостей.
14. Разница между новостями в Интернете и газетой.
15. Типология Интернет-СМИ в Курской области.

16. Сайты региональных образовательных учреждений, компаний.

Шкала оценивания: 8-балльная.

Критерии оценивания:

7-8 баллов выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 80-100 %.

5-6 баллов выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 60-79 %.

3-4 балла выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 40-59 %.

1-2 балла выставляется обучающемуся, если доля правильных ответов составляет 20-39%.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Программы радиостанции универсального, или общего, характера включают...

а) широкий спектр информационных, аналитических, общественно-политических, научно-популярных, художественных, музыкальных, просветительских, развлекательных и других передач, предназначенных для всех категорий слушателей, включая молодежную и детскую аудиторию

б) исключительно выпуски новостей, идущие в интенсивном режиме, оперативные комментарии, интервью, репортажи, обозрения

в) исключительно музыкальный контент

Задание в открытой форме:

Назовите период 20 в., в течение которого был знаменит лозунг массовой журналистики "Новости, а не мнения".

Задание на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность появления этических кодексов:

1) Международная декларация принципов поведения журналистов (1954)

2) Международные принципы профессиональной этики журналиста (1983)

3) Кодекс профессиональной этики российского журналиста (1994)

Варианты ответов:

а) 1, 2, 3

б) 1, 3, 2

в) 2, 3, 1

г) 3, 2, 1

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 издания.

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. В России проблема электронных сетей как нового вида СМИ впервые была поставлена...

- а) А.И. Акоповым
- б) В.В. Тулуповым
- в) Е.П. Прохоровым

3. 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

4. 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

5. Специфика печати как подсистемы СМИ обуславливается ...

- а) фиксацией информации на бумажном носителе
- б) длительностью существования
- в) большой "вторичной" аудиторией

6. 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

7. 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) возможность «отложенного чтения»
 - в) легко иметь «при себе» и обращаться к «извлечению» информации в удобное время
8. 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
9. 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
 - г) возможность передачи звука всех типов - звучащей речи, музыки, шумов (благодаря этому радио способно создавать полноцветную звуковую картину мира)
10. Что не относится к признакам СМИ?
- а) масштабность
 - б) массовость
 - в) периодичность
 - г) принудительность
11. Что не относится к системным характеристикам системы СМИ?
способность удовлетворять информационные потребности и интересы аудитории
наличие совокупности компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей
- а) целостный характер
 - б) наличие четкой структуры
 - в) наличие необходимого набора функций
12. Что не относится к компонентам системы СМИ?
- а) типология СМИ
 - б) техническая база СМИ
 - в) аудиторный фактор
 - г) экономика СМИ
13. 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
14. Принятый в 1991 году закон о СМИ разрешил в качестве учредителей выступать...
- а) частным лицам
 - б) государственным структурам
 - в) коммерческим предприятиям

15. В 90-ые гг. многотиражные газеты преобразовались в...
- а) деловые издания
 - б) специализированные издания
 - в) корпоративные издания
 - г) муниципальные издания
16. Свойства, показатели, составляющие внутреннюю структура типа как модели
- а) типологические признаки
 - б) вторичные (зависимые) типологические признаки
 - в) формальные типологические признаки
17. Что не относится к типоформирующим (типообразующим) признакам СМИ?
- а) авторский состав
 - б) издатель
 - в) цели и задачи
 - г) читательская аудитория
18. Цели и задачи как вид типоформирующих (типообразующих) признаков СМИ - это...
- а) проектируемый образ результата, на достижение которого направлены стратегические и тактические действия издателя
 - а) наличие или отсутствие элементов художественного оформления, дизайн издания
 - б) комплекс интеллектуальных усилий, цель которых оптимизировать переход из настоящего в желаемое будущее
19. 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
20. Что не относится к вторичным (зависимым) типологическим признакам СМИ?
- а) издатель
 - а) жанры
 - б) оформление
 - в) авторский состав
 - г) внутренняя структура
21. 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
 - в) проектируемый образ результата, на достижение которого направлены стратегические и тактические действия издателя
22. Устойчивые формы журналистских произведений
- а) жанры
 - б) рубрики
 - в) внутренняя структура

23. Наличие или отсутствие элементов художественного оформления, дизайн издания представляет собой характеристику такого типологического признака, как...
- а) оформление
 - б) объем
 - в) внутренняя структура
24. Контингент авторов материалов, публикуемых в издании
- а) авторский состав
 - б) сотрудники редакции
 - в) журналисты
25. Исключите лишнее. Современные сетевые СМИ обладают следующими свойствами...
- а) визуальность
 - б) интерактивность
 - в) мультимедийность
 - г) гипертекстуальность
26. Признаки, характеризующие тип издания с помощью измеряемых параметров, зависящих от типа издания
- а) формальные типологические признаки
 - б) вторичные (зависимые) типологические признаки
 - в) типформирующие (типобразующие) признаки
27. 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
28. 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
29. Исключите лишнее. Важнейшие свойства телевидения как подсистемы СМИ...
- а) возможность одновременно передавать и звуковую, и видеоинформацию
 - а) «эффект присутствия» благодаря наличию «картинки»
 - б) автономность
 - в) оперативность
30. Исключите лишнее. Для газет традиционной является периодичность...
- а) ежедневная

- б) еженедельная
- в) не менее одного раза в месяц

31. Стандарты организации информационного потока, которые оптимизируют процесс серийного выпуска контента на определенной платформе для конечного потребителя

- а) формат СМИ
- б) тираж
- в) рубрикация

32. Самая развитая подсистема системы СМИ

- а) печать
- б) радио
- в) телевидение
- г) сетевые СМИ

33. Печатное издание, имеющее определенное проблемно-тематическое и функциональное направление, выходящее через определенные (равные) промежутки времени отдельными выпусками, имеющими один и тот же заголовок и однотипно оформленные

- а) периодические издания
- б) газета
- в) журнал
- г) альманах

34. Главное отличие периодического издания от непериодического (например, книги) заключается в...

- а) сроках выпуска в свет
- б) тираже
- в) объеме

35. Согласно классификации читателей в зависимости от их социального и экономического статусу, предложенной компанией ResearchServicesLtd, к категории D относятся...

- а) малоквалифицированные работники физического труда и низкооплачиваемые категории трудящихся
- б) офисные работники, профессиональная интеллигенция: учителя, служащие
- в) квалифицированные работники физического труда

36. Печатные издания, доступные по цене и специализирующиеся на слухах, сенсациях (зачастую мнимых), скандалах, сплетнях, эпатазирующем освещением табуированной тематики

- а) "желтая" пресса
- б) бульварная пресса
- в) массовые издания

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%.