

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института философии

Скляр П. П.

«05» марта 2025 года

(подпись)

года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Современные медиасистемы»

42.03.02 Журналистика

«Универсальная журналистика»

Разработчик:

старший преподаватель Гурская О. В.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры журналистики

от «05» марта 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой Фесенко Ю. П.

(подпись)

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине «Современные медиасистемы»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. *Выберите один правильный ответ.*

Среди приведенных формулировок выделите определения понятия «СМИ» (средство массовой информации):

А) совокупность различных информационных каналов и приемов, необходимых для передачи коммуникационного сообщения целевой аудитории;

Б) эффективное синхронное и диахронное взаимодействие, цель которого состоит в передаче информации от одного субъекта к другому;

В) периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.3)

2. *Выберите один правильный ответ.*

27 октября 1917 года в России был принят...

А) закон о СМИ;

Б) декрет о печати;

В) закон о журналистике;

Г) постановление о свободе СМИ.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.5)

3. *Выберите один правильный ответ.*

Неличная, платная форма коммуникации с целью продвижения товара, услуги с помощью СМИ от имени известного спонсора называется:

А) PR;

Б) пропаганда;

В) спонсорство;

Г) реклама;

Д) Product Placement.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.7)

4. *Выберите один правильный ответ.*

Массовую информацию характеризуют следующие особенности:

- А) неограниченная аудитория;
- Б) специфический канал передачи – СМИ;
- В) легкость усвоения и удобный режим получения;
- Г) непосредственная связь с массовой культурой;
- Д) все вышеперечисленное характеризует массовую информацию.

Правильный ответ: Д

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между учеными и их статьями, монографиями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Ученый	Монография
1) Уолтер Липпман А.	А) «Общественное мнение».
2) Гарольд Лассуэлл Б	Б) «О рекламе».
3) Эдвард Бернейс В.	В) «Пропаганда».
4) Дэвид Огилви Г.	Г) «Техника пропаганды в мировой войне».

Правильный ответ: 1-Б; 2-Г; 3-В; 4-А

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.5)

2. Установите соответствие между понятиями и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятие	Определение
1) Медиасистема	А) широкая область, связанная с передачей информации и коммуникацией с использованием различных медиа-платформ и средств.
2) Медиакоммуникации	Б) совокупность медиаканалов и медианосителей, в которой происходит генерация, агрегация и дистрибуция медиапродуктов.
3) Медiateкст	В) любой медиапродукт или продукт коммуникации, который может быть включен в разные медийные структуры

Правильный ответ: 1-Б; 2-А; 3-В;

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.2)

3. Установите соответствие между основными категориями масс-медийного продукта и его определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Категории	Определения
1) Адресант	А) «аудитория»
2) Сообщение	Б) «текст»
3) Адресат	В) «издатель», «журналист»
4) Контекст	Г) «язык»
5) Код	Д) «действительность»

Правильный ответ: 1-В; 2-Б; 3-А; 4-Д;

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.7)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность элементов. Проранжируйте в хронологическом порядке появление революционных продуктов человеческой деятельности, повлиявших на развитие коммуникаций. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) телевидение;
- Б) электролампочка;
- В) радио;
- Г) почта;
- Д) печатный станок;
- Е) паровой двигатель;
- Ж) плоское стекло;
- З) фотография;
- И) телеграф;
- К) телефон.

Правильный ответ:

Г	Ж	Д	Е	И	З	К	Б	В	А
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.4)

2. Установите правильную последовательность элементов структуры пресс-релиза. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Заголовок;
- Б) Контакт;
- В) Основной текст;
- Г) Лид.

Правильный ответ:

А	Г	В	Б
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.6)

3. Установите последовательность действий при работе редактора над материалом для лонгрида. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

- А) жанровая трансформация;
- Б) правка-обработка;
- В) правка-сокращение;
- Г) правка-переделка;
- Д) правка-вычитка.

Правильный ответ:

Д	В	Б	Г	А
---	---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово.

Правовые нормы, которые учитываются при разработке коммуникационной кампании – это ограничения, установленные национальным _____.

Правильный ответ: законодательством

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.3)

2. Напишите пропущенное слово.

Под массовой информацией понимаются предназначенные для _____ круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы.

Правильный ответ: неограниченного

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.4)

3. Напишите пропущенное слово.

Аудитория – это устойчивая совокупность людей, возникающая на основе общности их _____ интересов и потребностей, а также форм, способов и каналов удовлетворения этих потребностей.

Правильный ответ: информационных

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.1)

4. Напишите пропущенное слово.

Интерактивность интернет-медиа проявляется в возможности незамедлительной _____ связи (обсуждение темы в режиме диалога с представителем медиа, коллективное обсуждение на страницах форума и прочее).

Правильный ответ: обратной

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.7)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Напишите пропущенное слово.

Целевые аудитории в PR – это ключевые группы (стейк-холдеры) и группы, воздействие на которых поможет выработать _____ мнение о компании.

Правильный ответ: ключевое/ определяющее

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.2)

2. Напишите пропущенное слово.

В 60-е гг. XX в. исследователь Г. М. Маклюэн, высказал мысль о том, что средство _____ само по себе является сообщением.

Правильный ответ: коммуникации/взаимодействие/общение

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.4)

Напишите пропущенное слово.

Медiateкст – это любой медиапродукт или продукт коммуникации, который может быть включен в разные медийные _____ (вербального, визуального, аудиовизуального или мультимедийного планов) и в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, интернет, мобильная и спутниковая связь и др.).

Правильный ответ: структуры/ архитектуры

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.6)

4. Напишите пропущенное слово.

Формат – это набор ограничений в темах, программирование и представление самой аудитории об этих _____ через ее ожидания и реакцию на материал.

Правильный ответ: ограничениях/ секвестрированиях

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку и дату событий.

Как звали ученого, который ввел в обиход выражение «социальный стереотип» и использовал этот термин в создании своей концепции общественного мнения. Как называлась его, его монография, в которой рассматриваются – природа, формы существования, модели формирования и функционирования общественного мнения, механизмы воздействия на него средств массовой информации.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: Уолтер Липпман (1889 –1974) журналист, политолог и социолог, один из архитекторов американского неолиберализма. Исследователь Уолтер Липпман в своей монографии «Общественное мнение»

опубликованная в 1922 году, так определяет стереотипы: «Стереотип представляет собой схематическое, оформленное в «стандарт» восприятие социального и культурного явления».

Критерий оценивания: наличие в ответе примеров приведенных из монографии «Общественное мнение» Уолтера Липпмана, где можно выделить четыре тематических блока: 1) анализ механизмов восприятия информации; 2) анализ способов формирования общественного мнения и его последующего функционирования; 3) критика традиционной теории демократии; 4) информационное обеспечение процесса управления в демократическом обществе.

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.5)

2. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку и дату событий.

Назовите нормативно правовой акт, призванный регулировать деятельность отечественных средств массовой информации (СМИ).

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. «О средствах массовой информации». Его принятие в числе первых законов новейшей России, свидетельствует о том, что власти придавали большое значение роли СМИ для становления нового российского общества, основанного, как было записано в Декларации «О государственном суверенитете Российской Советской Федеративной Социалистической Республики», принятой 12 июня 1990 года, причем в один день с Законом СССР «О печати и других средствах массовой информации», на гарантии прав и свобод граждан.

Критерий оценивания: наличие в ответе рассуждений о действующем Федеральном Законе «О СМИ», который был принят в 1991 г, вслед за советским законом о печати и способствовал дальнейшему развитию в стране новых средств массовой информации и новой журналистики. Вместе с тем за все эти годы не только тема самого Закона о СМИ постоянно находилась в центре общественных, политических и правовых дискуссий, но и сам закон регулярно подвергался ревизии со стороны субъектов законодательной инициативы.

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.1)

3. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Преобразуйте пресс-релиз в статью. Обязательное условие задания – наличие заголовка и лида.

ПРЕСС-РЕЛИЗ:

**«ОТ ПРОДУКТОВ ДО ОДЕЖДЫ: В МОСКВЕ ПРОЙДЁТ ПЕРВЫЙ
МАРКЕТ, ПОСВЯЩЁННЫЙ ЭКОЛОГИИ»**

В столице 24 и 25 ноября 2025 года, состоится важное событие, посвященное экологии в повседневной жизни – «ЭкоМаркет». Гостей ждёт

насыщенная программа: познавательные мастер-классы и семинары, командная игра «Хранители земли», быстрые знакомства с единомышленниками и фудкорт с вегетарианской кухней. Мероприятие пройдет на площадке Arbat Ecoloft по адресу Москва, Арбат, 24. Вход бесплатный.

Все больше людей выбирают осознанное потребление и заботятся об экологичном образе жизни – отказываются от пакетов в пользу шоперов, заменяют пластиковые стаканчики термocupками и так далее. «ЭкоМаркет» поможет собрать в одном месте всех равнодушных к вопросам экологии, а также привлечь внимание тех, кто только начинает свой экопуть.

За два дня «ЭкоМаркета» гости смогут поучаствовать в обширной программе, попробовать свои силы в командной игре «Хранители земли», улучшить свои знания об экологичном образе жизни, познакомиться с единомышленниками, а также подобрать интересные товары среди продукции 40 экостартапов. На маркете будут представлены изделия из переработанного сырья, экологичные продукты питания, а также косметика, одежда и многие другие атрибуты повседневной экожизни.

Гости смогут послушать известных спикеров, которые расскажут об ответственном потреблении и экоактивизме, а также обратят внимание на такие проблемы, как изменения климата. Спикеры расскажут, как отличить гринвошинг от настоящих экотоваров, как грамотно сортировать отходы, помогут выбрать экосредства для дома и многое другое. Гости смогут подготовить интересующие их вопросы и задать их во время семинаров.

Кроме того, в программе лекций и презентаций выступление межрегиональных и международных организаций, которые расскажут о своей деятельности и волонтерстве в экосреде. Так, на маркете можно будет послушать представителей Greenpeace, Центра Экономии Ресурсов, ЭКА и других.

Время выполнения – 25 мин.

Ожидаемый результат: наличие в статье рассуждений студента о развитии экологической культуры граждан РФ, путем создания системы всеобщего экологического образования. А также о том, что экологическое просвещение необходимо включить в учебные планы на всех уровнях образовательного процесса.

Критерий оценивания: наличие в ответе лида (от англ. Lead paragraph – ведущий или главный абзац) – аннотация, «шапка» статьи, новости или пресс-релиза. Состоит из одного первого выделенного абзаца, в котором коротко формулируется проблема, раскрывается суть заголовка. Размер лида обычно не превышает 3-5 строк.

Компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2), ПК-1 (ПК-1.7)

Экспертное заключение

Представленный комплект оценочных материалов по дисциплине «Современные медиасистемы» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые оценочные материалы адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанные и представленные для экспертизы оценочные материалы рекомендуются к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии

института философии



Пидченко С.А.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)