


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой


_____ И.А. Батанина

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

«Правовые и этические основы регулирования медиа»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма(ы) обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик(и):

Есина Т.А., доц. кафедры СиП, канд. филос. наук



1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-7.1)

1. Проанализируйте нормативно-правовые акты в сфере журналистики, составьте таблицу «Права и обязанности журналиста»:

<i>Нормативно-правовой акт</i>	<i>Права журналиста</i>	<i>Обязанности журналиста</i>

2. Проанализируйте российское законодательство в сфере журналистики и подготовьте сообщение по теме «Правила аккредитация иностранных журналистов в РФ».

3. Раскройте конституционные гарантии прав и свобод журналиста.

4. Составьте схему по социальным функциям МК (название, содержание);

5. По статье Науменко Т.В. «Функция журналистики и функции СМИ» сравните функции СМИ и журналистики.

6. Составьте таблицу по формам регуляции отношений СМИ с социальными субъектами (законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы).

7. В каких видах реализуется неформализованные способы регулирования использования информации?

А) публичной оценки, критики

Б) регистрации на общедоступных ресурсах в сети Интернет

В) слухов

8. Включен ли в список нормативных правовых актов Российской Федерации о СМИ Трудовой кодекс Российской Федерации?

А) да

Б) нет

9. Какой закон не относится к законам, имеющим основным предметом регулирования деятельность СМИ?

А) Федеральный закон «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами»

Б) Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»

В) Федеральный закон «О связи»

Г) Федеральный закон «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»

10. В каком году в РФ появился Закон «О средствах массовой информации»?

- А) 1989г.
- Б) 1991г.
- В) 1993 г.
- Г) 1995 г.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-7.2)

1. На основе статьи Г.П. Бакулева «Нормативные теории массовой коммуникации» охарактеризуйте три основных принципа теории социальной ответственности прессы: принцип личной свободы и выбора, принцип свободы медиа, принцип долга медиа перед обществом. (Бакулев Г.П. Нормативные теории массовой коммуникации // Социологические исследования. 2005. №1. С. 105-114.)
2. Справедливость как категория политической этики подразумевает –
 - А) оценку нравственных качеств политических лидеров;
 - Б) уравнительное распределение материальных благ, основанное на общественной собственности на средства производства и равном доступе всех к рычагам власти;
 - В) оценку качества политических институтов – их организации и функционирования, соответствия целей и результатов их деятельности ;
 - Г) сложную иерархическую систему, включающую как общий смысл, так и его конкретные проявления (частную справедливость) по различным основаниям.
3. Ф.М.Достоевский сформулировал важную для профессиональной этики идею -
 - А) человек есть ангел, рождающийся из зверя;
 - Б) чудо, тайна и авторитет есть основные средства манипулирования поведением людей;
 - В) цель оправдывает средства;
 - Г) преступления нет, когда есть голодные.
4. Используя материалы печатных СМИ, подберите примеры политических рекламных материалов, не соответствующих нравственным нормам нашего общества, осуществите их этический анализ, объясните причины их появления.
5. Обоснуйте этические критерии знаний и навыков работы сотрудников пресс-центров, приведите конкретные примеры их реализации.
6. Интерпретация категории справедливость в дискурсе профессиональной этики зависит от
 - А) методологического обоснования;
 - Б) конкретно-исторической ситуации в стране и в организации, экономических и политических условий;
 - В) религиозных традиций и предрассудков народа, особенностей национального менталитета;
 - Г) стечения обстоятельств, расклада положительных и отрицательных факторов.
7. На основе конкретных примеров раскройте необходимые этические принципы организационно-управленческой работы с малыми коллективами.
8. Речевой этикет делового общения в современном обществе требует –
 - А) подчеркнутой вежливости;
 - Б) изысканной интонации и недопустимости вульгарной лексики;
 - В) лаконичности, простоты и однозначности;
 - Г) отказа от однозначных, категоричных формулировок, гибкости.
9. Используя материалы телевизионных СМИ, приведите примеры соблюдения правил речевого этикета в публичной речи или их нарушения.
10. Служебный этикет в современном обществе должен основываться на принципе –
 - А) корпоративной солидарности;
 - Б) субординации, системности;
 - В) беспрекословного подчинения вышестоящим лицам;
 - Г) обратной связи высших и низших структур.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-7.3)

1. Прочитав статью Зайцева В. Ю. «Роль телевидения в семейном воспитании», выделите функции телевидения, напишите эссе на тему влияния телевидения на семейное воспитание.
2. Разработайте социальный рекламный ролик в рамках проведения PR- кампании, направленной на популяризацию усыновления детей-сирот российскими семьями. Обязательные требования: слоган, проект логотипа (содержательные характеристики) целевая аудитория, выбор медиа-средств с объяснением целесообразности выбора, покадровая характеристика ролика, действующие лица, сроки проката ролика.
3. Выделите основные критерии этически обоснованного положительного имиджа организации, опираясь на предложенные в методических указаниях к дисциплине «Профессиональная этика» учебные пособия:
 - 1...
 - 2...
 - 3...
 - 4...
4. Разработайте сценарий ситуативной ролевой игры, отражающий наличие или отсутствие способности специалиста по связям с общественностью обсуждать профессиональные проблемы с учетом этических критериев.
5. Разработайте модель кризисной ситуации, требующей использования этических критериев для оперативного принятия решения специалистом по связям с общественностью, покажите их возможные последствия.
6. Предложите возможный пример ситуации, требующей осуществления нравственного выбора руководителя или специалиста по связям с общественностью, проанализируйте его значение для имиджа корпорации.
7. Используя материалы телевизионных СМИ, подберите примеры рекламных материалов, не соответствующих нравственным нормам нашего общества, осуществите их этический анализ, объясните причины их появления.
8. Подготовьте сценарий ролевой игры, моделирующей умение специалиста по связям с общественностью на основе нравственных принципов, устанавливать, поддерживать и развивать конструктивные деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и т.д.
9. Используя материалы телевизионных СМИ, подберите примеры из политических ток-шоу, как соответствующие, так и не соответствующие нравственным нормам нашего общества, осуществите их этический анализ, объясните причины их появления.
10. Подберите конкретные примеры для иллюстрации следующих основополагающих принципов создания и поддержания эффективной этически обоснованной системы внутренних коммуникаций:
 - стремление к повышению уровня объективности представлений о партнере по взаимодействию, недостаточности своего мнения и опыта для трактовки и прогнозирования поведения партнера по общению;
 - при решении проблем коммуникативного характера должно учитываться единство рационального и эмоционального в поведении человека;
 - ситуативность, включающая необоснованность ожидания именно той реакции на коммуникативное воздействие, которая является желательной возможностью нахождения объекта воздействия в состоянии напряженности, которое сложно распознать, и субъективность в интерпретации ситуаций.

3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-7.1)

1. Ознакомьтесь с Конституцией РФ и ответьте на следующие вопросы:
 - какими конституционными нормами регулируется свобода слова в России?
 - несут ли граждане РФ ответственность за незаконное ограничение свободы слова?
 - освещение каких тем является запрещенным для российских СМИ?
2. Раскройте свободы субъектов массово- коммуникативной деятельности.
3. Кто является автором работы: «Редакционные уставы. Правовые особенности организации и функционирования редакции СМИ»?
 - А) С. Гуревич
 - Б) С. Давтян
 - В) К. Самохвалов
3. Может ли редакция СМИ осуществлять деятельность до его регистрации?
 - А) да
 - Б) нет
4. Назовите характерные черты теории социальной ответственности прессы.
5. На основе закона о СМИ сделайте вывод, о наличии в нём пунктов, касающихся социальной ответственности прессы.
6. Есть ли, на ваш взгляд, взаимосвязь между свободой слова и социальной ответственностью СМИ?
7. Содержанием золотого правила нравственности является идея –
 - А) равного воздаяния за добро и зло;
 - Б) изначального равенства людей от природы;
 - В) соответствия целей и средств их достижения;
 - Г) ориентации не на результат поступка, а на его мотив.
8. Категорический императив как нравственный закон выражен в формулировке -
 - А) движение - все, цель – ничто;
 - Б) порядок как основание, любовь как принцип, прогресс как цель;
 - В) для нас нравственно все, что подчинено задачам классовой борьбы пролетариата;
 - Г) относись к человечеству и в лице самого себя, и в лице любого другого только как к цели, но никогда как средству.
9. Бергсон выделял как основные источники морали –
 - А) разлагающую силу ума и инстинкт коллективизма;
 - Б) стыд и совесть;
 - В) всевластие эгоизма и ограниченность альтруизма;
10. Нравственная ценность понимается этике как -
 - А) общезначимое правило;
 - Б) выражение идеи блага;
 - В) выгодная для определенной социальной группы идейная установка;
 - Г) принцип поведения, навязанный государством) Божественное начало и разум человека.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-7.2)

1. Разработайте свой устав, касающийся социальной ответственности прессы.
2. Ритуал с точки зрения этики направлен на -
 - А) обеспечение порядка и единообразия в образе жизни членов социума;
 - Б) поддержание иерархичности общества и социальной солидарности его членов;
 - В) организацию общественной жизни в соответствии с идеалом;

- Г) совершенствование форм общественной организации
3. Системообразующей нравственной основой делового этикета является –
- А) утилитаризм, приоритет результата;
 - Б) соблюдение служебной субординации;
 - В) принцип талиона;
 - Г) категорический императив.
4. Культура ведения диалога предполагает прежде всего –
- А) уважение к собеседнику;
 - Б) спокойную интонацию, отказ от аффектации;
 - В) осознание высказываемых положений;
 - Г) продуманную формулировку выводов.
5. Речевой этикет делового человека требует прежде всего–
- А) отказа от вульгарных выражений;
 - Б) сдержанности в выражении своих чувств;
 - В) постоянного контроля за формой и содержанием речи;
 - Г) предельной краткости и лаконичности высказываний
6. Этическая основа коммуникационной инфраструктуры организации предполагает как условие эффективности, прежде всего, –
- А) наличие этического кодекса;
 - Б) прозрачность, открытость для общества;
 - В) защищенность от внешних факторов, наличие действенных фильтров;
 - Г) соответствие цели и задачам данной организации.
7. Нравственно обоснованным можно считать такое управленческое решение, которое -
- А) обязывает жертвовать настоящим во имя будущего благополучия;
 - Б) прошло этическую экспертизу – через многоступенчатую систему оценок экспертов;
 - В) прошло через обсуждение в СМИ и парламентские слушания и было одобрено;
 - Г) соответствует религиозным традициям страны и большинства религиозных конфессий.
8. Выделите принципы формирования и поддержания корпоративной культуры на этической основе, приведите конкретные примеры, опираясь на результаты производственной практики.
9. Этический релятивизм как системообразующий принцип этики означает-
- А) Представления о добре и зле относительны, зависят от людей и конкретной ситуации, в которой они находятся;
 - Б) все люди изначально равны перед Богом и государством, несут ответственность за свои поступки – как господин, так и слуга;
 - В) как человеколюбие, так и человеконенавистничество объясняются имманентными законами бытия;
 - Г) одни люди рождаются добрыми, другие – злыми, изменить ничего нельзя ни реформами, ни воспитанием.
10. Эгоизм как нравственный принцип означает –
- А) себялюбие человека;
 - Б) повышенное самомнение и тщеславие;
 - 3) стремление к удовлетворению личного интереса в ущерб интересам других;
 - 4) рациональное отношение к другим, основанное на трезвом расчете

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-7.3)

1. Используя материалы СМИ, подготовьте ивент-анализ ситуации, дайте этическую оценку профессиональной деятельности сотрудников государственных, общественных, коммерческих структур, средств массовой информации.
2. Используя материалы телевизионных СМИ, подберите примеры материалов коммерческой рекламы, не соответствующих нравственным нормам нашего общества, осуществите их этический анализ, объясните причины их появления.

3. Определите, какие нравственные качества личности необходимы для умения критически переосмысливать свою профессиональную деятельность. Разработайте сценарий ролевой игры на тему: «Признание и исправление своей ошибки в деловой ситуации».
4. Используя материалы СМИ, приведите конкретные актуальные ситуации в общественно-политической жизни страны, дайте их этическую оценку.
5. Раскройте на конкретных примерах смысл этических принципов, изложенных в Декларации «Принципы бизнеса», инициатором которой были руководители крупнейших национальных и транснациональных корпораций США, Западной Европы и Японии. В преамбуле «Принципов бизнеса» говорится: «Законы и движущие силы рынка являются необходимым, но недостаточным руководством к действию. Фундаментальными принципами являются: ответственность за проводимую политику и действия в сфере бизнеса. Уважение человеческого достоинства интересов тех, кто участвует в бизнесе. Разделяемые всеми ценности, включая обязательство о содействии всеобщему процветанию, так же важны для мирового сообщества, как и для общин меньшего масштаба».
6. Формирование этические обоснованного положительного имиджа организации согласно мировым стандартам требует соответствия ее деятельности таким принципам как свобода, совесть, справедливость, терпимость, соблюдение деловых обязательств. Покажите на примере конкретной организации, как они осуществляются на практике.
7. Разработайте сценарий ролевой игры, используя актуальную проблему из программы новостей, предложите собственное решение на основе этических критериев.
8. Опираясь на материалы СМИ, приведите пример конкретной кризисной ситуации и предложите свое этически обоснованное решение.
9. Разработайте сценарии конфликтных ситуаций в деловых отношениях с партнерами и с конкурентами, предложите варианты их развития и возможные стратегии их разрешения на основе нравственного выбора.
10. Покажите характерные типы нравственных конфликтов в современном российском обществе на конкретных примерах и раскройте задачи специалиста по связям с общественностью в их разрешении.