


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)**

**«Теория массовой коммуникации»**

**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):**

Муращенко М.В., доц. кафедры СиП, канд. полит. 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-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-5.1)

1. Концепция прессы, основанная на признании свободных СМИ; развивалась на основе идей Дж. Локка.
  - а) авторитарная;
  - б) либеральная;
  - в) социальной ответственности;
  - г) советская.
2. «Практически невозможно стать настоящим медиагигантом без интернационального статуса... Но помните – хотя вы можете обыграть содержание, очень важно сохранять основные ценности бренда». Какой из принципов формирования успешного медиабренда комментирует этими словами Марк Тангейт?
  - а) создать клуб;
  - б) смотреть широко, но узко;
  - в) актуальность;
  - г) гибкость и быстрота.
3. Какие нормативные институты выделяются в области социальной коммуникации?
4. Перечислите основные функции корреспондента газеты, журнала?
5. Какие принципы в организации деятельности средств массовой информации заложены законодательством РФ?
6. В каких жанрах работают редакции известных Вам газет, журналов?
7. Какими преимуществами и недостатками характеризуется медиа-холдинг в сравнении с традиционными средствами массовой информации?
8. Постройте описательную, объяснительную и прогностическую части гипотезы исследования по теме «Роль СМИ в формировании общественного мнения в современной России».
9. Определите специфику влияния различных СМИ на массовое сознание.
10. Медиа-бренд функционирует по принципу симулякра. Что такое симулякр? Кто впервые стал оперировать данным термином?

### Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-5.2)

1. Какой отдел отвечает за реализацию печатного СМИ:

- а) отдел рекламной службы;
  - б) отдел подписки;
  - в) отдел объявлений;
  - г) бухгалтерия.
2. Кто не участвует в процессе выпуска печатного СМИ:
- а) верстальщик;
  - б) шеф-редактор;
  - в) корректор;
  - г) бухгалтер.
3. Функцию по созданию логотипа организации, слогана рекламного сообщения выполняет:
- а) отдел продвижения;
  - б) креативный отдел;
  - в) производственный отдел;
  - г) медиа-отдел.
4. Каким образом возможно повлиять на общественное мнение, массовое сознание?
5. Найдите 5 различных определений понятия «манипуляция». В чем сходство и различие данных определений? Выделите основные признаки.
6. Приведите примеры манипулирования в информационных выпусках новостей, кино, ток-шоу и др.
7. Соотнесите принципы организационной структуры пресс-службы Тульского таможенного терминала с их содержанием:
- а) принцип целесообразности; б) принцип нестандартности; в) принцип оперативности; г) принцип последовательности;
- 1) ориентация на стоящие перед организацией цели и задачи;
  - 2) умение принимать «нестандартные» решения, исходя из конкретной ситуации;
  - 3) способность действовать на опережение;
  - 4) умение придерживаться четкого плана последовательных шагов.
8. Продемонстрируйте роль различных СМИ в распространении слухов.
9. Приведите примеры информационных войн. Проанализируйте их с точки зрения причин, объектов и субъектов информационного влияния.
10. Постройте логическую схему этапов менеджмента новостей (начиная с первого этапа):
- 1) этап отбора события;
  - 2) этап подготовки ожидания события;
  - 3) этап проведения события;
  - 4) этап освещения события в различных СМИ;
  - 5) этап резонанса.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-5.3)**

1. Подготовить презентации на темы «Образы «русских» в американском кино», «Образы «американцев» в отечественном кинематографе» и др.
2. Привести пример и проследить механизм формирования слуха.
3. Заполните таблицу «Политизация СМИ и медиатизация политики: сравнительный анализ»:

<i>Политизация СМИ</i>	<i>Медиатизация политики</i>
.....	.....

4. Используя различные теории массовой коммуникации доказать ее эффективность. Привести примеры.
5. Выделите основные черты массовой информации. Приведите примеры.
6. Выбрать одно средство массовой информации и охарактеризовать процесс его воздействия на аудиторию. На основе его анализа составить свою модель массового коммуникационного процесса.

7. Назовите сферы современной общественной жизни, охваченные коммуникативными процессами.

8. Составьте таблицу «Виды ОКС» по следующей схеме:

Название ОКС	Временные рамки	Предпосылки перехода к данной ОКС	Основные каналы массовой коммуникации

9. Подготовьте небольшое эссе на тему: «Взаимосвязь политических институтов и институтов массовой коммуникации в современном мире».

10. Проведите сравнительный анализ коммуникативных потребностей своих сверстников и людей старшего поколения. Сделайте вывод о сходствах и различиях.

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

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-5.1)**

1. Принципы формирования и функционирования медиабренда выделил:

- а) В. Ворошилов;
- б) М. Тангейт;
- в) Т. Питерсон;
- г) Ф. Сиберг.

2. Какие основные функции коммуникационных сетей вы знаете?

3. Какова роль коммуникации в механизме обеспечения устойчивости общества?

4. Д. Грэбер выделил четыре модели процесса создания новостей. Отметьте лишнюю:

- а) зеркальная;
- б) организационная;
- в) авторитарная;
- г) профессиональная;
- д) политическая.

5. Для построения эффективной коммуникации организации с общественностью необходимо:

- а) поддерживать положительный образ (имидж);
- б) создавать клиентскую базу (постоянную аудиторию);
- в) выстраивать коммуникативные барьеры;
- г) избегать конструктивного диалога.

6. Метод отображения действительности в журналистике, нацеленный на фиксацию внешних, очевидных характеристик явления, на получение кратких сведений о предмете:

- а) аналитический;
- б) наглядно-образный;
- в) фактографический;
- г) презентационный.

7. «Общественность откликается не на фактические события в окружающем мире, а на события в псевдом мире, так как изображения внешнего мира в человеческом сознании, ошибки и ограниченность журналистов создают ложный образ мира (У. Липпманн)» – основное положение теории:

- а) диффузии;
- б) селективной экспозиции;
- в) урегулирования повестки дня;
- г) искажения новостей.

8. «Масс-медиа – это инструмент культивирования ценностей и установок культуры, отсюда массовая культура, субкультура, мода и др. массовые явления (Дж. Гербнер)» – основное

положение теории:

- а) волшебной пули и подкожных инъекций;
- б) культивирования;
- в) информационных барьеров;
- г) искажения новостей.

9. «Те, кто управляет средствами массовой информации, управляет обществом, поскольку средства массовой информации имеют прямое, непосредственное и мощное воздействие на тех, кто обращает внимание на их содержание» - основное положение теории:

- а) селективной экспозиции;
- б) информационных барьеров;
- в) волшебной пули и подкожных инъекций;
- г) диффузии.

10. По мнению Д. Макквейла контрагентом журналиста в коммуникативном пространстве является:

- а) гражданское общество;
- б) редакция;
- в) руководство канала;
- г) журналист

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-5.2)**

1. «Оперативное реагирование на появление новых технологий и быстрое их использование» – это принцип по М. Тангейту:

- а) иметь видение;
- б) качество;
- в) смотреть широко, но узко;
- г) гибкость и быстрота.

2. Концепция прессы, согласно которой пресса находится в руках господствующей партии, государства:

- а) авторитарная;
- б) либеральная;
- в) социальной ответственности;
- г) советская.

3. Как зависит функционирование массовой коммуникации в отдельно взятом обществе от типа или модели построения данного общества?

4. Какие факторы, помимо технического развития, сказались на становлении средств массовой коммуникации в обществе?

5. Какая функция массовой коммуникации как социального института способствует наиболее полной реализации интересов социальных субъектов?

6. Каких коммуникативных каналов достаточно для удовлетворения абсолютных и вторичных коммуникативных потребностей?

7. Каково влияние сети Интернет на современное общество в социокультурном плане?

8. Насколько остро стоит проблема «информационной зависимости» аудитории новых медиа?

9. Можно ли справиться с информационной перегрузкой?

10. Как меняется аудитория в условиях мультимедийной среды?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-5.3)**

1. Приведите примеры коммуникативного взаимодействия и объясните процесс коммуникации, используя модели коммуникации.

2. Проанализируйте массовое сознание с точки зрения выявления его структуры. Какие элементы Вы можете назвать?

3. Проанализируйте принцип симулякра в функционировании современных брендов, медиа-брендов. Приведите примеры.
4. Принадлежит ли Г. Лассуэллу функция ориентации в окружающей среде, в качестве одной из выделенных им функций речи?
5. Приведите пример специальных коммуникационных служб, которые призваны обслуживать групповые потребности тех или иных специалистов. Какие это службы?
6. Определите две противоположных точки зрения на влияние политических институтов и СМК на формирование стратегий и тактик социального развития.
7. Выделите различия между СМИ и СМК.
8. Выделите сферы современной общественной жизни, охваченные коммуникативными процессами, отдельно обозначив особенно тесно связанные с ними.
9. Выделите обязательные признаки текста, которые лежат в основе любого коммуникативного акта. Систематизируйте их в виде таблицы. Приведите пример проанализированных текстов. Являются ли структурные компоненты текста иерархичными?
10. Проанализируйте степень влияния нормативных институтов на массовую коммуникацию в современной России. Выделите 2-3 тенденции.