

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Сухолет Ирина Наумовна

Должность: ректор

Дата подписания: 30.10.2023 00:05:32

Уникальный программный ключ:

90b04a8fcdf24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c



ПРИЛОЖЕНИЕ 5 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**МЕДИАКРИТИКА**

Образовательная программа

**Стратегия медиакommunikаций**

Направление подготовки

**42.04.02 Журналистика**

Уровень высшего образования

**Магистратура**



**Разработчик оценочных средств:**

Вакурова Н.В., зав. кафедрой Журналистики и массовых коммуникаций, кандидат филологических наук, доцент

АНО ВО Институт современного искусства



Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины «Введение в профессию».

ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины.

### **ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

<b>Код и содержание компетенции</b>
<b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
<b>Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижения результатов обучения. Критерии оценивания</b>
<b>Знать</b> этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
<b>Знать на высоком уровне</b> тенденции и особенности развития отечественного и мирового культурного процесса
<b>Знать на среднем уровне</b> этапы, особенности и тенденции развития культуры в России и за рубежом, принципы освещения культурных событий в СМИ
<b>Знать на низком уровне</b> особенности социально-культурного развития страны и мира, роль СМИ в формировании культуры общества, специфику арт-журналистики и методы работы журналиста при создании медиатекстов по теме культуры и искусства
<b>Уметь</b> анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов



<b>Уметь на высоком уровне</b> анализировать достижения отечественной и мировой культуры в процессе подготовки и написания медиатекстов
<b>Уметь на среднем уровне</b> осуществлять подготовку аналитических материалов на темы культуры и искусства
<b>Уметь на низком уровне</b> осуществлять подготовку художественно-публицистических материалов, в том числе сценариев теле- и радио передач на темы культуры и искусства
<b>Владеть</b> навыками использования разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
<b>Владеть на высоком уровне</b> навыками создания медиатекстов на темы культуры и искусства на основе знаний в сфере отечественной и мировой культуры, а также с учетом норм русского языка и культуры речи
<b>Владеть на среднем уровне</b> навыками написания текстов с учетом знаковых систем различных медиаканалов на основе знаний об особенностях и тенденциях развития мировой и отечественной культуры
<b>Владеть на низком уровне</b> навыками арт-журналистики, создания медиатекстов с учетом норм русского языка и стилистики и на основе разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры

**ПК-2** Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение

**Индикаторы и результаты обучения. Дескрипторы - основные признаки освоения компетенций (показатели достижения результатов обучения. Критерии оценивания**

- **Знать** Конъюнктуру рынка медиапродуктов
- Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики
- Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)
- Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания
- Инновационный опыт в сфере СМИ
- Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)

Основы этики и психологии делового общения



<ul style="list-style-type: none"><li>– <b>Знать на высоком уровне</b> Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)</li><li>– Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания</li><li>– Инновационный опыт в сфере СМИ</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>– <b>Знать на среднем уровне</b> правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)</li></ul> <p>Основы этики и психологии делового общения</p>
<ul style="list-style-type: none"><li>– <b>Знать на низком уровне</b> конъюнктуру рынка медиапродуктов</li><li>– Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</li></ul>
<p><b>Уметь</b> анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ</li><li>– Обосновывать и принимать стратегические решения</li><li>– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике</li><li>– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями</li><li>– Моделировать структуру новых продуктов</li><li>– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации</li><li>– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений</li><li>– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации</li><li>– Создавать положительный имидж организации</li></ul>
<p><b>Уметь на высоком уровне</b> анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ</li><li>– Обосновывать и принимать стратегические решения</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>– <b>Уметь на среднем уровне</b> выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике</li><li>– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями</li></ul>



- Моделировать структуру новых продуктов
- Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации

- **Уметь на низком уровне** использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений
- Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации

Создавать положительный имидж организации

- **Владеть** Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты
- Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации
- Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта
- Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач
- Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ
- Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ
- Определение модели и формата новых продуктов
- Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов
- Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ
- Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов
- Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир
- Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов

Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления

- **Владеть на высоком уровне** навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты
- Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации
- Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта



- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"><li>– <b>Владеть на среднем уровне</b> навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</li><li>– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ</li><li>– Определение модели и формата новых продуктов</li><li>– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"><li>– <b>Владеть на низком уровне</b> навыками контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ</li><li>– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов</li><li>– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</li><li>– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов</li><li>– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</li></ul> |

## **1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ И ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И УРОВНЯ ОВЛАДЕНИЯ ФОРМИРУЮЩИМИСЯ КОМПЕТЕНЦИЯМИ**

### **1.1. Методические материалы по проведению текущего контроля**

#### **1.1.1. Формы текущего контроля**

Текущий контроль – систематическая проверка компетенций, знаний, умений, навыков обучающихся, проводимая преподавателем на аудиторных занятиях в соответствии с учебной программой. Текущий контроль включает в себя тематический контроль – контроль знаний по темам и разделам дисциплины с целью оценивания этапов формирования компетенций, знаний, умений, навыков обучающихся, усвоенных ими после изучения логически завершенной части учебного материала.



К текущему контролю относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях;
- по результатам выполнения творческих заданий;
- по результатам проверки конспектов лекций и учебно-методической литературы

Формами текущего контроля по дисциплине являются: письменные работы, устные опросы, проверка конспектов и письменных заданий.

#### **Требования к письменным работам**

- содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.);
- соответствие жанру заданного текста
- аргументированность выдвигаемого тезиса (ссылки на источники, экспертные мнения, примеры из практики)
- качество изложения материала (грамотность, стиль написания);

#### **Вопросы к устным опросам**

1. Что является предметом медиакритики?
2. Перечислите функции и задачи медиакритики.
3. Что такое критическое мышление и какова его роль в журналистике?
4. В чем состоит социальная роль медиакритики?
5. Как взаимодействуют медиакритика и гражданское общество?
6. Каковы особенности медиакритики в зависимости от аудитории СМИ?
7. Какова специфика сетевой медиакритики?
8. Как соотносится медиакритика с профессиональной этикой журналиста?

### **1.2. Методические материалы по проведению промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация – процедура, проводимая в период **зачетно-экзаменационной сессии** с целью оценки качества освоения обучающимися дисциплины «Медиакритика» в четвертом семестре.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает проверку компетенций, а также уровня усвоения пройденного материала.





### **1.2.1. Процедура ЗАЧЕТА**

Промежуточный контроль знаний проводится в форме коллоквиума с обсуждением выполненных практических заданий.

Ответ оценивается по 2 балльной системе – «зачтено» / «не зачтено».

#### **1.2.1.1. Критерии и шкала оценивания**

**«Зачтено»** ставится, если: знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; студент свободно владеет научной терминологией; ответ студента структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок.

**«Не зачтено»** ставится, если: обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части дисциплины; содержание вопросов не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

Надо написать то, как у Вас оценивается. Если нет устного ответа, то пишете то, что нужно. Если у Вас творческий показ, то пишете то, что нужно сделать для того, чтобы получить зачтено по творческому показу и т. д.

В случае получения оценки «не зачтено» студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

#### **1.2.1.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формирующимися компетенциями в процессе освоения дисциплины**

##### **Перечень вопросов для проверки компетенции ОПК-3 по дескриптору «знать»**

1. Определение медиакритики.
2. Основные функции медиакритики.
3. История медиакритики: советский, постсоветский и современный этап развития.
4. Виды медиакритики: академическая, внутрикорпоративная и массовая (сводная таблица: автор, адресат, специфика, примеры изданий).
5. Принцип взаимодействия трех видов медиакритики – «сообщающиеся сосуды». Рассмотрение недостатков каждой из видов медиакритики.
6. Информационно-коммуникативная функция медиакритики. Познавательная функция. Регулятивная функция. Коррекционная функция. Социально-организаторская функция. Просветительская функция. Маркетинговая функция медиакритики.



7. Определение понятия «критическое мышление» и история развития данной дисциплины и ее особенности. Сравнительная таблица критического и бытового мышления по М. Липпману.
8. Отличие критического мышления от творческого и их взаимосвязь. Отношение к критике.
9. Определение «творчества», пять стадий творческого мышления, приемы повышения эффективности творческого мышления.
10. Особенности личности, склонной критическому и творческому мышлению

### **Перечень вопросов для проверки компетенции ПК-2 по дескриптору «знать»**

1. Медиакритика и формирование общественного консенсуса. Медиакритика и проблема общественного доверия к СМИ.
2. Роль медиакритики в защите гуманистической культуры.
3. Медиакритика и языковая культура СМИ.
4. Роль медиакритики в поддержании здорового психологического и нравственного климата в обществе.
5. Медиакритика и освещение в СМИ проблем общественной безопасности.
  6. Медиакритика и проблемы международной информации.
  7. Роль медиакритики в обеспечении подотчётности СМИ перед гражданами. Общественный мониторинг СМИ и медиакритика в деятельности гражданских объединений.
  8. Использование новейших информационных технологий в СМИ: критический анализ с позиций гражданского общества.
  9. Гражданский мониторинг СМИ и медиакритика в условиях глобализации массовых коммуникаций.
10. Взаимоотношения медийных организаций и аудитории в условиях информационного рынка.
  11. Медиакритика и проблема социальной ответственности СМИ. Подотчётность СМИ перед обществом и медиакритика.
12. Медиакритика и защита информационных прав и интересов граждан.
13. Роль медиакритики в формировании рационально-критической информационной культуры.
14. Медиакритика и медиаобразование.
15. Общественное влияние «досетевой» медиакритики.
16. Ресурсы сетевой медиакритики. Перспективы сетевой медиакритики в России.
17. Гуманитарные проблемы эпохи Интернета и сетевая медиакритика.

### **Перечень заданий для проверки компетенций ОПК-3 и ПК-2 по дескриптору «уметь»**

Задание 1. Анализ влияния СМИ на потребителя.  
Подготовьте медиакритический материал (предпочтительнее жанр эссе или полемической статьи) на тему влияния печатных, аудио- и аудиовизуальных СМИ на личность человека и общества в целом.

Задание 2. Виды медиакритики.



Прочитать и определить вид медиакритического материала.  
Аргументировать ответ.

Задание 3. «Российская газета»; «Известия»; «Комсомольская правда»; «Труд»; «Литературная газета»; «Аргументы и факты» и проанализировать их политематическую направленность. Цель — применение разнообразных медиакритических приемов.

Задание 4. Таблоиды. Их развлекательная направленность. Практическое задание — взять на выбор таблоид – газету развлекательного формата: «Жизнь», «Твой день», «Желтая газета», «Экспресс-газета», «СПИД-инфо» или некоторые другие. Цель — сравнение информационного поля, формы подачи информации, специфики средств выразительности в текстах по сравнению с деловыми или молодежными проектами.

### **Перечень заданий для проверки компетенций ОПК-3 и ПК-2 по дескриптору «владеть»**

Задание 1. Радиовещание и медиакритика. Медиакритика на радиoproграммы. Практическое задание — взять на выбор одну из радиoproграмм общественно-политической направленности и проанализировать. Цель — изучить структуру построения общественно-политической передачи

Задание 2. Критика на телепередачу. Практическое задание — взять на выбор музыкальную или развлекательную телепередачу и оценить творческую манеру. Цель — изучить основы построения жанра.

Задание 3. Интернет и медиакритика. Качество творческого почерка одного из медийных критиков, выступающих в интернет-ресурсе. Взять на выбор творческие работы и проанализировать. Цель — освоение навыков работы интернет-критика.

Задание 4. Рецензия на один из номеров интернет-газеты. Взять на выбор интернет газету или журнал. Цель - определить ее место в интернет-контенте, актуальность и ее аудиторию.