

**Приложение 2 к РПД Медиapsихология
42.03.02. Журналистика.
Направленность (профиль) – Медиа-рилейшинз
Форма обучения – очная
Год набора - 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Направление подготовки	42.03.02. Журналистика.
3.	Направленность (профиль)	Медиа-рилейшинз
4.	Дисциплина (модуль)	Медиapsихология
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

<p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)</p> <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)</p> <p>Способен обрабатывать и проверять полученную информацию для материала (ПК-3)</p>
--

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
1. Психология журналиста и журналистики	УК-3; УК-5; ПК-3	знать основные категории и понятия психологии журналистики; основные направления, подходы, теории СМИ; специфические особенности, закономерности и структурные компоненты общения в СМИ; особенности личности журналиста и ее деятельности	уметь последовательно и грамотно формулировать и высказывать свои мысли в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов; продуцировать тексты для разных аудиторий СМИ; анализировать собственную профессиональную деятельность с целью соблюдения правовых норм	навыками организовать совместную деятельность и межличностное взаимодействие субъектов медиа пространства	<i>Тест, кейс-задание</i>
2. Психология потребления СМИ	УК-3; УК-5; ПК-3	процессы усвоения и восприятия текстов СМИ и факторы, их обуславливающие	учитывать в своей профессиональной деятельности социально-психологические особенности различных аудиторий СМИ	методами психологии журналистики и навыками интерпретации полученные результаты в исследовательских целях	<i>Кейс- задание, тест</i>

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«отлично» – 91-100 баллов

«хорошо» – 81-90 баллов

«удовлетворительно» – 61-80 баллов

«неудовлетворительно» – 60 баллов и менее

4. Критерии и шкалы оценивания

За решенный тест выставляются баллы

Процент правильных ответов	До 60	61-80	81-100
Количество баллов за решенный тест	0	5	10

За подготовку кейс-задания выставляются баллы

Баллы	Критерии оценивания
15	<ul style="list-style-type: none">– изложение материала логично, грамотно, без ошибок;– свободное владение профессиональной терминологией;– умение высказывать и обосновать свои суждения;– студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы;– студент организует связь теории с практикой.
8	<ul style="list-style-type: none">– студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;– ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
0	<ul style="list-style-type: none">– отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс;– в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

Экзамен

Баллы	Характеристики ответа студента
40-39 б	<ul style="list-style-type: none">- студент показал отличные знания основных категорий и понятий психологии журналистики;- содержание ответов свидетельствует о высокой степени сформированности умения анализировать собственную профессиональную деятельность;- студент хорошо владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов
38-30 б	<ul style="list-style-type: none">- студент показал хорошие знания основных категорий и понятий психологии журналистики;- содержание ответов свидетельствует об умении анализировать собственную профессиональную деятельность;- студент владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов
29-10 б	<ul style="list-style-type: none">- студент недостаточно знает основные категории и понятия психологии журналистики;- содержание ответов свидетельствует о недостаточном умении анализировать собственную профессиональную деятельность;- студент недостаточно владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов
9 б и менее	<ul style="list-style-type: none">- студент плохо знает основные категории и понятия психологии журналистики;- содержание ответов свидетельствует о неумении анализировать

	собственную профессиональную деятельность; - студент плохо владеет способами анализа и критической оценки различных теорий, концепций, подходов
--	--

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1. Типовое тестовое задание

1. Что послужило основными предпосылками для становления и развития информационного общества?

- 1) возникновение у человека потребности в обмене информацией;
- 2) желание ученых транслировать знания широким массам;
- 3) развитие уровня сотрудничества и взаимодействия людей;
- 4) воздействие новых информационных технологий на экономику, право, государственное устройство и личность.

2. В чем заключается сущность двухступенчатого характера восприятия продукции массовой коммуникации?

- 1) в необходимости восприятия аудиторией как самого сообщения, так и реакции на него лидеров общественного мнения и масс;
- 2) в восприятии информации на осознанном и бессознательном уровнях;
- 3) в желании человека поделиться с кемто информацией;
- 4) в том, что информация почти всегда имеет безличный характер.

3. Аксиология журналистики связана прежде всего:

- 1) с морально-этическими компонентами измерения человеческого бытия;
- 2) с политическими приоритетами личности;
- 3) с уровнем технологических умений и навыков журналиста;
- 4) с желанием человека выделиться «из толпы».

4. Виды рекламы в современной массовокоммуникационной практике:

- 1) хорошая и плохая;
- 2) полезная и бесполезная;
- 3) коммерческая, политическая, социальная;
- 4) экономическая, образовательная, общечеловеческая.

5. Что из нижеперечисленного НЕ является социальнопсихологической функцией массовой коммуникации?

- 1) функция социальной ориентировки и участия индивида в формировании общественного мнения;
- 2) функция самоутверждения и самопознания;
- 3) функция аффилиации, социальной идентификации;
- 4) функция социального подчинения.

6. В чем заключается основное отличие информационного общества от индустриального и постиндустриального:

- 1) меняются способы доставки информации;

- 2) на смену газетам приходят радио, телевидение, Интернет;
- 3) информация становится наиболее рентабельным продуктом и товаром;
- 4) отличий нет.

7. В центре проблематики научнопрактической дисциплины «Профессиональная культура журналиста»:

- 1) проблема повышения общей культуры журналистов;
- 2) проблема профессиональной толерантности;
- 3) изучение новейших приемов межличностного общения;
- 4) новая парадигма взаимодействия творческой личности и общества.

8. Функции СМИ и их психологический аспект находят выражение прежде всего:

- 1) в витальном измерении человеческого бытия;
- 2) при описании социальной стороны индивида как субъекта отношений;
- 3) в реализации манипулятивных технологий;
- 4) при подготовке материалов развлекательного характера.

9. Шрифт как важнейший элемент оформления печатных СМИ, по образному выражению, является:

- 1) носителем эмоций;
- 2) украшением газеты;
- 3) «перевозчиком» смысла;
- 4) «переносчиком инфекции».

10. К проявлениям нарушения мыслительной деятельности НЕ относится:

- 1) лабильность мышления;
- 2) нарушение критичности мышления;
- 3) нарушение мотивационного компонента мышления;
- 4) стереотипность мышления.

11. Что является главным показателем плюрализма средств массовой информации:

- 1) их доступность (прежде всего по цене);
- 2) свободный стиль общения журналистов;
- 3) свободный доступ к различным мнениям;
- 4) отказ от какихлибо спонсоров.

12. Основное значение понятия «модель», используемое в психологии журналистики:

- 1) модель-повторение;
- 2) модель-схема;
- 3) модель-действие, устремленное в будущее;
- 4) модель-мечта об идеале.

13. Интерактивность как одна из форм реализации социально-технологического подхода в деятельности газетчиков НЕ включает:

- 1) системное изучение читательской аудитории;
- 2) ежедневное проведение в коллективе производственных собраний и встреч с читателями;
- 3) предоставление информации, полезной для рекламодателей;
- 4) мероприятия по повышению популярности газеты.

14. Психологический процесс запоминания может динамизировать:

- 1) эффект бумеранга;

- 2) эффект слогана;
- 3) эффект обманутых ожиданий;
- 4) эффект перевернутой пирамиды.

15. Архетипы по Карлу Густаву Юнгу это:

- 1) не очень хорошие люди;
- 2) врожденные формальные образцы поведения;
- 3) представители старшего поколения в обществе;
- 4) приобретенные в процессе социализации образцы поведения.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Ключи к тестовым заданиям

№ вопр.	
1	4
2	2
3	1
4	3
5	4
6	1
7	1
8	1
9	3
10	4
11	1
12	3
13	2
14	2
15	2

5.2. Примерные кейс-задания

1. Проанализируйте методом интен-анализа 2 статьи «Русского репортера» (на выбор студента) (см. [1, с. 442-471]). Какие приемы воздействия на аудиторию используют журналисты? Как в тексте отражены эмоции, мнение, позиция журналиста?
2. Проанализируйте эвфемизмы *чеченская кампания, зачистка, либерализация цен* с точки зрения манипулирования реципиентом. Подберите не менее 10 примеров манипулирования из местных СМИ.

5.3. Вопросы к экзамену

1. Психология журналистики в системе современной массово-коммуникационной деятельности.
2. Предмет психологии журналистики. Цель, задачи, принципы и функции психологии журналистики.
3. Коммуникация как личностная проблема
4. Личность и личностные «пространства».
5. Социожурналистика и социокоммуникативистика.
6. Информационные триады: сущность, виды, значение.
7. Психологические исследования в журналистике.
8. Психология массово-коммуникационного творчества.
9. Аксиология творчества. Человек как создатель продукции СМИ.
10. Специфика журналистского мышления. Характеристики творческих способностей

журналиста.

11. Журналистское произведение: от замысла - к реализации.
12. Патопсихология медиаторчества.
13. Ценностная база личности журналиста и его профессиональной деятельности. Дискурс профессиональной культуры журналиста.
14. Смыслоценностные компоненты журналистики
15. Аудитория как социально-коммуникативная общность.
16. Типология аудитории СМИ.
17. Эмоциональная доминанта восприятия.
18. Харизматическая модель коммуникатора.
19. Психологические факторы эффективности информационной деятельности .
20. Определения понятия «ментальность».
21. Аналитичность как традиция.
22. Аспекты деиндивидуализации личности.
23. Тенденции толерантности.
24. Законы внутренней этики.
25. Психолого-этические проблемы информационной деятельности.
26. Технологии продвижения СМИ и «промоушн-войны».
27. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений.
28. Мобильные возможности СМИ.
29. Журналистика в стиле онлайн. Прямая связь с аудиторией: базовые функции массмедиа.
30. Игрореализация в современной журналистской практике. Хэппенинг и другие эффективные технологии.
31. Эксперименты в современной журналистике.
32. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов. Специфика полемики в массмедиа. Психологические задачи полемики в СМИ.
33. Массмедиа как орудие манипуляции.
34. Психология рекламы.
35. Манипулятивные приемы и технологии.
36. Прямые и косвенные нарушения в сфере рекламы.
37. Информационно-психологическая культура СМИ.
38. Новые информационные технологии: социально-психологический аспект.
39. Парадигма взаимодействия творческой личности и общества