

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Код и направление подготовки, направленность (профиль), год набора	42.03.02. Журналистика, Медиа-рилейшнз, 2023
3.	Дисциплина (модуль)	Медиапсихология
4.	Количество этапов формирования компетенций (разделы, темы дисциплины)	2

### Перечень компетенций (из РПД с соотношением с учебным планом)

Код компетенции	Наименование	Номер задания, проверяющего сформированность компетенции	
		1 вариант	2 вариант
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1-30	1-30
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1-30	1-30
ПК-3	Способен обрабатывать и проверять полученную информацию для материала	1-30	1-30

**Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Индикаторы компетенции	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
			Знать:	Уметь:	Владеть:	
Психология журналиста и журналистики	УК-3 УК-5 ПК-3	<p>УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.</p> <p>УК-3.2. Учитывает и понимает в своей деятельности особенности поведения групп людей, с которыми работает / взаимодействует.</p> <p>УК-3.3. Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.</p> <p>УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.</p> <p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования),</p>	<p>знать основные категории и понятия психологии журналистики;</p> <p>основные направления, подходы, теории СМИ;</p> <p>специфические особенности, закономерности и структурные компоненты общения в СМИ;</p> <p>особенности личности журналиста и ее</p>	<p>уметь последовательно и грамотно формулировать и высказывать свои мысли в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов;</p> <p>продуцировать тексты для разных аудиторий СМИ;</p> <p>анализировать собственную профессиональную деятельность с целью соблюдения</p>	<p>навыками организовать совместную деятельность и межличностное взаимодействие субъектов медиа пространства</p>	<p>работа на ПР, бланочное тестирование</p>

		включая мировые религии, философские и этические учения.	деятельности	правовых норм		
Психология потребления СМИ		УК-5.3. Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.  ПК-3.1. Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта ПК-3.2. Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ ПК-3.3. Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	процессы усвоения и восприятия текстов СМИ и факторы, их обуславливающие	учитывать в своей профессиональной деятельности социально-психологические особенности различных аудиторий СМИ	методами психологии журналистик и и навыками интерпретации полученные результаты в исследовательских целях	работа на ПР, бланочное тестирование

#### **Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы**

«отлично» – 91-100 баллов

«хорошо» – 81-90 баллов

«удовлетворительно» – 61-80 баллов

«неудовлетворительно» – 60 баллов и менее

## Контрольные задания

### Вариант 1

*Задание 1 (3 минуты).* 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.

*Задание 2 (3 минуты).*

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 кем-то информацией;
- 4) в том, что информация почти всегда имеет безличный характер.

*Задание 3 (3 минуты).* 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».

*Задание 4 (3 минуты).* Виды рекламы в современной массово-коммуникационной практике:

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

*Задание 5 (3 минуты).* Что из нижеперечисленного НЕ является социально-психологической 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.

*Задание 6 (3 минуты).*

В чем заключается основное отличие информационного общества от индустриального и пост индустриального:

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

*Задание 7 (3 минуты).* В центре проблематики профессиональной культуры журналиста находится:

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

*Задание 8 (3 минуты).*

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.

*Задание 9 (4 минуты).* Медиапсихология – это наука, изучающая...

*Задание 10 (4 минуты)* Медиапсихология в значительной степени опирается на...

*Задание 11 (4 минуты)* Медиапсихология не была признана официальной областью психологии до...

*Задание 12 (4 минуты)* Девиантное поведение, которое характеризуется чрезмерной фиксацией внимания субъекта на какой-либо деятельности или объекте, при потере или отсутствии интереса к большей части других жизненно важных сфер человеческой деятельности, называется...

*Задание 13 (4 минуты)* Аттitudная независимость – это...

*Задание 14 (4 минуты).* Способность личности сохранять и отстаивать персональную идентичность в меняющихся медиапространствах, в том числе при переходах культурных границ называется...

*Задание 15 (4 минуты).* Net-мышлением называется...

*Задание 16 (4 минуты).* Телевизионный жанр, характеризующийся интерактивностью, предопределенностью ролей участников, целью и форматом их общения, специфической тематикой, - это...

*Задание 17 (4 минуты).* К смежным областям знания медиапсихологии относится...

*Задание 18 (4 минуты).* К задачам медиапсихологических исследований относятся...

*Задание 19 (4 минуты).* Согласны ли Вы с мнением исследователя Е.Савицкой, что «реальная культурная политика СМИ в отношении детей лежит сегодня в совершенно иной плоскости: как можно раньше включить ребенка в социальные процессы как полноправного потребителя. В этом смысле транскультурное тиражирование глобальных брендов, нацеленное на детскую аудиторию, выполняет функцию «предпотребительского тренинга», адаптирует подрастающее поколение к потребностям взрослого глобального рынка».

*Задание 20 (4 минуты).* Эффект иллюзии знаний Ноэлле-Нойманна проявляется в ...

*Задание 21 (4 минуты).* Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда предусматривает ...

*Задание 22 (4 минуты).* Культурно-психологическая компетентность - это...

*Задание 23 (4 минуты).* Методами медиапсихологии являются...

*Задание 24 (4 минуты).* Телевидение навязывает нам не только сценарии поведения, но и сценарии...

*Задание 25 (4 минуты).* Эффект бумеранга – это...

*Задание 26 (4 минуты).* Эффект массовой коммуникации, когда слабое представление пропагандистских идей позволяет им противостоять – это...

*Задание 27 (4 минуты).* Формирование так называемого киберобраза имеет своим основанием ...

*Задание 28 (4 минуты).* Основной этической проблемой в условиях «новых медиа» становится ...

*Задание 29 (4 минуты).* Основными психологическими проблемами в условиях «новых медиа» становятся...

*Задание 30 (4 минуты).* Установка диссоциативной анонимности является...

## **Вариант 2**

*Задание 1 (3 минуты).* К проявлениям нарушения мыслительной деятельности НЕ относится:

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

*Задание 2 (3 минуты).*

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 каких-либо спонсоров

*Задание 3 (3 минуты).* К каким выводам пришли исследователи в рамках проекта «Медиапотребление населения России: динамика и дифференциация»?

- 1) значительная часть медиааудитории весьма низко оценивает собственную медиакомпетентность;
- 2) значительная часть медиааудитории весьма высоко оценивает собственную медиакомпетентность;
- 3) значительная часть медиааудитории не может оценить собственную медиакомпетентность;
- 4) меньшая часть медиааудитории весьма высоко оценивает собственную медиакомпетентность;

*Задание 4 (3 минуты).* Какая характеристика аудитории не относится к социальным?

- 1) демографические;
- 2) мотивы выбора СМИ;
- 3) профессиональные;
- 4) идеологические;

*Задание 5 (3 минуты).*

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.

*Задание 6 (3 минуты).* 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.

*Задание 7 (3 минуты).* Психологический процесс запоминания может динамизировать:

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

*Задание 8 (3 минуты).* 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.

*Задание 9 (4 минуты).* Установка невидимости – это...

*Задание 10 (4 минуты).* Установка «увидимся позже» - это установка ...

*Задание 11 (4 минуты).* Солипсическая интросекция – это установка ...

*Задание 12 (4 минуты).* «Это всего лишь игра» - это установка...

*Задание 13 (4 минуты).* Минимизация власти основана на установке...

*Задание 14 (4 минуты).* Телевидение воздействует на человека одновременно по двум сенсорным каналам –...

*Задание 15 (4 минуты).* Влияние телевидения часто наблюдают по изменению ... детей, которые принимают ее, невзирая на «партнера по коммуникации»

*Задание 16 (4 минуты).* Взаимосвязь между просмотром детьми телепередач, содержащих сцены насилия, и проявлением агрессивного поведения существует / не существует.

*Задание 17 (4 минуты).* По мнению некоторых авторов, ..., которые специально предназначены для детей, относятся к телепередачам, в которых показывают больше всего насилия

*Задание 18 (4 минуты).* В современной медиапсихологии вектор исследований смещается на ...

*Задание 19 (4 минуты).* Феномен медиакультуры предстает как ..., и область его исследований лежит на стыке многих наук: философии, психологии, экономики, социологии, культурологии, педагогики, искусствоведения, политологии, антропологии и кибернетики.

*Задание 20 (4 минуты).* Когда речь идет об эффектах воздействия современных высокотехнологичных масс-медиа на личность, отечественные и зарубежные исследователи выделяют ...аудиторию в качестве одного из главных объектов влияния медиакультуры

*Задание 21 (4 минуты).* П. Винтерхофф-Шпурк выделяет две важных области специализации медиапсихологии: ..., изучающая переживания и поведение «отправителей», и ..., связанная непосредственно с «получателями» информации

*Задание 22 (4 минуты).* Анализ контекста массовой коммуникации с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности, интересов и прав аудитории называется...

*Задание 23 (4 минуты).* Многие СМИ стремятся подать информацию о стихийных бедствиях ...

*Задание 24 (4 минуты).* Психографический анализ аудитории СМИ - это ...

*Задание 25 (4 минуты).* Выразительные средства сообщения, которые предназначены не столько для передачи конкретных сведений, фактов, сколько для формирования отношения к ним – это...

*Задание 26 (4 минуты).* Фактором «медийной агрессии» являются...

*Задание 27 (4 минуты).* Медиацентричность рассматривается как...

*Задание 28 (4 минуты).* Главным критерием успеха того или иного издания, телеканала, радиостанции или интернет-портала является ...аудитории

*Задание 29 (4 минуты).* Влияние массовой информации и продуктов массмедиа на молодежь и детей – процесс, характеризующийся ... сторонами.

*Задание 30 (4 минуты).* Функционирование цвета на телевидении – процесс ...

**Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний (ключи)**

	<b>1 вариант</b>	<b>2 вариант</b>
<b>1</b>	4	4
<b>2</b>	2	1
<b>3</b>	1	2
<b>4</b>	3	2
<b>5</b>	4	2
<b>6</b>	1	3
<b>7</b>	1	2
<b>8</b>	1	2
<b>9</b>	соотношение индивидуального и массового психологического сознания	вы меня не видите
<b>10</b>	психологию и коммуникацию	асинхронности
<b>11</b>	1986 года	все это только в моей голове

<b>12</b>	аддиктивным поведением	диссоциативного воображения
<b>13</b>	самостоятельность личности при определении ценностей и установок	мы равны
<b>14</b>	медиазащищенностью или наличием медиаиммунитета	зрительному и слуховому
<b>15</b>	особый тип мышления, отражающий специфику сетевого текста	позы
<b>16</b>	ток-шоу	существует
<b>17</b>	социология	мультфильмы
<b>18</b>	исследование эффектов массмедиа на личность	обоснование и создание программ защиты от негативного и манипулятивного влияния медиатехнологий
<b>19</b>	да	междисциплинарный
<b>20</b>	ошибочности восприятия знаний	молодежную
<b>21</b>	два этапа влияния информации – от СМИ к лидеру общественного мнения и от лидера общественного мнения к «человеку с улицы»	психология медиапроизводства и психология медиавосприятия
<b>22</b>	интегральное социально-психологическое свойство личности, обеспечивающее эффективное взаимодействие личности с различными культурами	медиааналитикой
<b>23</b>	медиаметрия, рейтинг, опрос, интервью, беседа, тесты, контент-анализ, дневниковые записи, групповые дискуссии, TV-метрия, дискурс-анализ, метод фокус-групп, мета-анализ.	зрелищно и ярко
<b>24</b>	переживания	стиль жизни людей, особенности их психологии, обычаи и традиции
<b>25</b>	эффект массовой коммуникации, результат неудачно организованной массовой коммуникации (кампании), когда пропагандистское воздействие накапливается и наступает перенасыщение человека пропагандистской информацией	параинформационные приемы
<b>26</b>	эффект Бартлета	сообщения о насилиях и убийствах
<b>27</b>	«виртуальную идентичность»	базис взаимодействия медиатехнологий и человеческого опыта в области понимания и корректировки человеческого поведения, обретения нового уровня познания и эмоций с позиций современных подходов к медиаактивности социума



<b>28</b>	размывание системы ценностей, стирание этических и социальных норм	внимание
<b>29</b>	диссоциативная анонимность, невидимость, асинхронность, солипсическая интроекция, диссоциативное воображение, минимизация власти	как отрицательными, так и положительными
<b>30</b>	вы меня не знаете	двусторонний