**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной**

*Учебная дисциплина****: Медиа-компетентность в современном обществе***

Компетенции:

ПКН -4- Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационныхП]ЭОД KTOB,

ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры

.

ПКН-6 Способность использоваь профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, ст аны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования



.ПКН-7 Способность использовать современные технические средства и информационно- телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных

продуктов

| **Номер задания** | **Правильный ответ** | **Содержание задания** | **Компетенция** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | *Не буду открывать ссылку* | **Вы получили сообщение: «Посмотри скорее!» и ссылка на видео. Какова ваша первая реакция?** | ПКН-4 |
|  | *Поищу первоисточник* | **Вдруг вы наткнулись на шокирующую новость. После прочтения, что вы сделайте?** | ПКН 4 |
|  | *Полностью никому не доверяю* | **Каким источникам новостей вы больше всего доверяете?** | ПКН-4 |
|  | *Не делиться* | **В социальных сетях опубликовывают фото нового военного флага той или иной страны. Делиться данной новостью?** | ПКН-4 |
|  | *Способность понимать и использовать средства массовой информации ответственным и эффективным образом* | **Каково определение медиакомпетентности?**  **A. Способность понимать и использовать средства массовой информации ответственным и эффективным образом**  **B. Способность создавать и управлять цифровым контентом**  **C. Способность анализировать влияние СМИ на общество**  **D. Способность интерпретировать и оценивать сообщения СМИ** | ПКН-4 |
|  | *Маркетолог, который специализируется на анализе данных о настроениях клиентов* | **Что является примером профессионального текста-сентимента?**  **A. Журналист, который специализируется на написании материалов, выражающих мнение**  **B. Редактор, который специализируется на создании цифрового контента для веб-сайтов**  **C. Маркетолог, который специализируется на анализе данных о настроениях клиентов**  **D. Специалист по связям с общественностью, который специализируется на подготовке пресс-релизов** | ПКН-4 |
|  | *Слово* | **Что является главным «инструментом» журналиста?**  **1.Слово**  **2.Графическая информация**  **3.Звуковая информация** | ПКН-4 |
|  | *Оперативно-новостному* | **К какому жанру относится заметка?**  **1.Оперативно-новостному**  **2.Исследовательско-новостному**  **3.Оперативно-образному** | ПКН-4 |
|  | *Статье* | **Чаще всего к монологической форме подачи информации журналисты прибегают в:**  **1.Очерке**  **2.Интервью**  **3.Статье** | ПКН-4 |
|  | *«Ведомости»* | **Как называлась первая в России печатная газета?** | ПКН-4 |
|  | *Актуальность, периодичность, публичность, универсальность* | **Укажите основные отличительные черты газеты, которые выделяют ее среди прочих печатных изданий.** | ПКН-6 |
|  | *Газеты, журналы и другие периодические издания, информация в которых основана на сплетнях и слухах* | **Желтая пресса – это:** | ПКН-6 |
|  | *Отчет* | **Информационное сообщение, освещающее мероприятие или событие – это:** | ПКН-6 |
|  | *Четвертной ветвью власти* | **Журналистика образно называется:**  **1.Четвертной ветвью власти**  **2.Серым кардиналом власти**  **3.Рупором общественного мнения** | ПКН-6 |
|  | *13 января* | **Когда в России отмечается День свободной прессы?** | ПКН-6 |
|  | *Репортаж* | **Анкетирование – это способ сбора информации, который используется в жанре:**  **1.Рецензия**  **2.Обозрение**  **3.Репортаж** | ПКН-6 |
|  | *49* | **Закон РФ «О СМИ» определяет обязанности журналиста в … статье.**  **1.15**  **2.49**  **3.109** | ПКН-6 |
|  | *20% объема вещания* | **Объем рекламы в теле- и радиоэфире не должен превышать:**  **1.20% объема вещания**  **2.30% объема вещания**  **3.35% объема вещания** | ПКН-6 |
|  | *Главный редактор дал разрешение на выход в свет или эфир* | **Укажите условие, при котором допускается распространение продукции СМИ.**  **1.Издание или передача полностью сформированы**  **2.Главный редактор дал разрешение на выход в свет или эфир**  **3.Административные органы выдали соответствующее разрешение** | ПКН-6 |
|  | *Функционально-информативной* | **Какой идеологической модели СМИ не существует?**  **1.Функционально-информативной**  **2.Авторитарно-технократической**  **3.Гуманитарной** | ПКН-6 |
|  | *Общепризнанность и общедоступность* | **Укажите свойство массовой информации.**  **1.Общепризнанность и общедоступность**  **2.Исходит лишь от профессиональных журналистов**  **3.Не ориентируется на широкую аудиторию** | ПКН-7 |
|  | *Унижения чести, достоинства, деловой репутации и клеветы* | **Чаще всего против журналистов подают исковые заявления в суд из-за:**  **1.Пропаганды экстремизма**  **2.Необъективной подачи информации**  **3.Унижения чести, достоинства, деловой репутации и клеветы** | ПКН-7 |
|  | *Текст, который был создан журналистом, а затем отредактирован и выпущен конкретным СМИ* | **Потенциальная информация – это:** | ПКН-7 |
|  | *Семантика текста* | **Характер отношений текста с действительностью (что и как было отображено) – это:** | ПКН-7 |
|  | *Насколько текст прост и понятен для восприятия* | **Что означает свойство декодируемости текста?** | ПКН-7 |
|  | *Гуманитарную* | **Качественная, глубокая, авторская, личностная: какую идеологическую модель СМИ описывают эти слова?**  **1.Функционально-информационную**  **2.Авторитарно-технократическую**  **3.Гуманитарную** | ПКН-7 |
|  | *Призывать к употреблению этих напитков; демонстрировать их употребление* | **Ролики, рекламирующие алкоголь, не должны:**  **1.Призывать к употреблению этих напитков; демонстрировать их употребление**  **2.Содержать конкретные наименования напитков**  **3.Размещаться в местах употребления этих напитков; демонстрировать их употребление** | ПКН-7 |
|  | *Пресс-релиз* | **Выпуск с подборками актуальных материалов различного вида, подготовленный пресс-службой – это:** | ПКН-7 |
|  | *Информационная политика* | **Совокупность взаимосвязанных действий, которые направлены на создание условий получения гражданами информации, удовлетворяющей их базовые потребности и интересы – это:** | ПКН-7 |
|  | *да* | **Реклама изначально являлась одной из постоянных рубрик?** | ПКН-7 |