

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Наименование кафедры

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
(специальности)

Протокол №5
от «15» мая 2024 г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.10 «Медиакритика»

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-
Медиапродюсирование и медиаменеджмент
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и):
К.пед.н.,доцент, доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Руководитель образовательной программы:

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
2. Оценочные средства по дисциплине
 - 2.1 Текущий контроль
 - 2.2 Промежуточная аттестация
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания
 - 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля
 - 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля
 - 3.3 Шкала перевода (для уровня подготовки бакалавриат и специалитет)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине- перечень компетенций с указанием компонентов компетенций дисциплины, как отдельного элемента ОП

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	Способен применять законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; знания о конъюнктуре медийного рынка, мировых тенденциях в медиаиндустрии
		ПК-4.2	Способен применять современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планировать освещение значимых событий; находить информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализировать социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозировать успешность будущего медиапродукта

2. Оценочные средства по дисциплине

2.1 Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

2.1.1 Устный опрос. Тематика для обсуждения по темам.

Тема 1. Сущность медиакритики как нового направления в отечественной журналистике

1. Сущность медиакритики. Проблема восприятия феномена медиакритики в профессиональной журналистской и массовой аудитории.
2. Предмет и материал для анализа в медиакритике. Задачи и функциональность медиакритики.
3. Ценностные ориентиры в творчестве авторов.
4. Уровень политизированности в медийной критике.
5. Основные виды ресурсов, регулярно публикующие медиакритические материалы на современном этапе.

Тема 2. Типология медиакритики

1. Массовое сознание как объект медиакритики.
2. Рефлексивный, оценочный, практический компоненты массового сознания и влияние критики на них.
3. Типы аудитории медиакритики: сообщество профессионалов медиа; академические сообщества исследователей; массовая аудитория; смешанная аудитория.
4. Основные группы субъектов критики: ученые, журналисты, общественные деятели.

5. Ученые как субъекты критики СМИ.
6. Критические работы Р. Борецкого, А. Варганова, С. Ильченко, А. Мирошниченко и др.
7. Требования к личности медиакритика, уровню его эрудиции и профессиональной компетентности.

Тема 3. Жанровая палитра медийной критики

1. Типологические особенности современной российской медийной критики.
2. Проблемно-постановочный тип критики как самая распространенная разновидность медиакритических выступлений.
3. Просветительский характер комментирующего типа критики.
4. Рецензирующий тип критики как всесторонний анализ продукта СМИ.
5. «Гражданская», непрофессиональная медиакритика как «тренировочная площадка» медиаобразования.

Тема 4. Медиакритика среди других видов критики

1. Критика как способ осмысления идеальной и материальной культуры.
2. Метод фактчекинга в медийной критике.
3. Публичность как атрибутивное свойство медиакритики.
4. Общие свойства критики как познавательной-ориентирующей деятельности.
5. Задачи научной критики как атрибута познавательного аппарата различных отраслей наук.
6. Сходства и различия методов литературной, художественной критики и медиакритики.
7. Нежурналистские произведения, различные виды искусства как возможные объекты медиакритики.
8. Влияние кинокритики на критику СМИ. Взаимообогащение различных видов критики.

Тема 5. Авторская колонка медиакритике

1. Авторский взгляд и средства его выражения в тексте.
2. Авторская колонка как популярная форма медиакритических выступлений, ее характерные особенности.
3. Распространенные формы авторских колонок: расширенная реплика, колонка-обозрение, эссе и др.

Тема 6. Основные тенденции в истории зарубежной медиакритики

1. Развитие медиакритики в США, Европе, на постсоветском пространстве.
2. Концепция Э. Ламбета о медиакритике как «пятой власти».
3. Колонки медиакритиков в ведущих изданиях США.
4. Связи американской медиакритики с медиаобразованием.
5. Премии для медиакритиков.
6. Профильные рубрики и издания в СМИ Германии.

Тема 7. Проблемы развития медиакритики и ее осмысления в советский и постсоветский период

1. Идеологические ограничения на критику в советский период.
2. Критика в отраслевом журнале «Советское радио и телевидение».
3. Специфика советской телекритики, влияние искусствоведческих подходов.
4. Связь медиакритики с кинокритикой в советский период.
5. Роль журнала «Искусство кино» в формировании отечественной критики СМИ.
6. Развитие медиакритики в Белоруссии.
7. Творческие портреты: В. Сапак, Л.А. Анненский, Р.П. Баканов, Ю.А. Богомолов, А.С. Варганов, Д.Б. Дондурей, В.В. Егоров и др.

Тема 8. Медиакритика в современной России: творческие портреты

1. Понимание медиакритики в концепции А.П. Короченского.
2. Творческие портреты: С.А. Муратов, С.Н. Пензин, С.Г. Корконосенко, В.С. Кичин, О.А. Ковалов, С.В. Кудрявцев, И.Е. Петровская и др.
3. Специфика тематики и проблематики работ медиакритиков, жанровые приоритеты, характерная структура текстов медиакритиков.

Тема 9. Полифункциональность медиакритики: телекритика и радиокритика

1. Информационный видеосюжет как объект медиакритики.
2. Интервью как объект медиакритики.
3. Информационное сообщение на радио как объект медиакритики.

Тема 10. Полифункциональность медиакритики: арт-критика

1. Медиакритика на страницах специального издания.
2. Формат литературной рецензии в современной общественно-политической прессе

Тема 11. Медиакритика в «новых» медиа

1. «Новые» медиа как среда цифровой коммуникации и комплексные потоки данных.
2. Базовые принципы функционирования «новых» медиа (цифровой формат информации, модульность, автоматизация, изменчивость, транскодирование) и реализация медиакритики.

3. Медиакритическая деятельность в блогосфере.
4. Медиакритическая деятельность в социальных сетях.

Тема 12. Новые формы в медиакритике

1. Интернет-мем в медиакритике.
2. Вирусное видео в медиакритике.
3. Коллаж и карикатура.
4. Освоение критиками-профессионалами мультимедийных площадок.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Медиакритика как область журналистского творчества, осуществляющая критико-оценочное познание медийного содержания и актуальных проблем функционирования медиа в обществе.
2. Функциональное разнообразие медиакритики.
3. Социальный и культурный контексты критики, ее публицистическая природа.
4. Адресаты критики: автор (творческий коллектив) анализируемого произведения; аудитория произведения; владельцы и управленцы медиа и смежных индустрий.
5. Массовое и профессиональное сознание.
6. История медиакритики в России и за рубежом.
7. Предшественники медиакритики (литературная, театральная, музыкальная критика).
8. 60-е гг. начало телекритики в СССР (В. Саппак).
9. Критическая публицистика в партийной печати, специализированные журналы и искусствоведческий анализ.
10. Медиакритика как цивилизующий фактор, способствующий нейтрализации и коррекции негативных проявлений в деятельности СМИ.
11. Медиакритика в перестроечные и постперестроечные годы в России.
12. Медиаобразовательное направление в медиакритике в перестроечные и постперестроечные годы в России.
13. Общественная (любительская) медиакритика в онлайн среде и блогосфере на сайтах общественных объединений как общественный контроль за медиа.
14. Медиакритика в зависимости от характеристик субъектов творческо-критической деятельности
15. Массовое сознание аудитории (потребителей медийной информации) как объект медиакритики.
16. Типы аудитории медиакритики (основные).
17. Типология изданий о медиа.
18. Программы и рубрики о медиа в качественных изданиях и в таблоидах.
19. Радиопрограммы о медиа. Их специфика.
20. Анализ медиа в сетевых изданиях.
21. Жанровая специфика, особенности стиля и языка.
22. Различные типы восприятия печатного и звучащего слова.
23. Описание процесса создания передач на радио, телевидении и для сети Интернет.
24. Жанровое разнообразие материалов о медиа.
25. Система информационных и аналитических жанров: заметка, анонс, репортаж, интервью, обзор, реплика, мини-рецензия, статья, эссе, презентация результатов медиа исследований.
26. Системы медийных рубрик: рубрики с четко выраженной оценочностью медийных произведений; рубрики без анализа медийного содержания СМИ; смешанные рубрики.
27. Тематические направления медиа критики.
28. Специфика медийной критики в Рунете (на примерах специальных отдельных ресурсов и рубрик на сайтах online-СМИ).
29. Особенности авторского стиля ведущих телекритиков.
30. Технология и методика медиакритики.
31. Особенности анализа аудиовизуального произведения.
32. Телевизионная и кинокритика критика как форма самопознания ТВ и кино.
33. Преобладание телевизионной критики в печатных СМИ и сетевых медиа.
34. Арт-журналы (архитектура, современное искусство, музыка, фотография).
35. Журналы об «образе жизни» (дизайн, мода, кулинария) как инструмент продвижения товаров творческих индустрий (от арт-критики к арт-бизнесу и бизнесу в сфере услуг).
36. Взаимодействие шоу-бизнеса и медиа.
37. Эстрадные артисты, производители медиапродукции и проблема критики.

- 38.Современные медиа и проблемы доверия.
- 39.Медиакритика и общественный консенсус.
- 40.Специализированные издания и профессиональная экспертиза.
- 41.Профессиональные клубы, ассоциации, гильдии, премии.
- 42.Просветительская деятельность медиакритики.
- 43.Этические стандарты и медиакритика.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления для дискуссий.

1. Формула аудиовосприятия И. Фэнга
2. Критерии анализа информационного сообщения на радио
3. Критерии анализа новостного блока на радио
4. Типы авторских оценок телекритиками
5. Категории критических рубрик телекритиков
6. Пятая функция телевидения в медиамире
7. Жанры литературной журналистики
8. Три блока рецензии. Прямой и обратный способы композиции рецензии
9. Первичные элементы художественной прозы
10. Три вектора анализа художественных текстов
11. «Монетизация» аудитории в современных СМИ
12. Тематические группы публикаций в журнале «Журналист»
13. Схема трансформации события в медиатексте
14. Типы контекстов функционирования медиатекста
15. Группы медиатекстов по способу создания и способы воспроизведения
16. Основные группы медиатекстов в отношении к аудитории
17. Жанровая палитра медийной критики.
18. Метод фактчекинга в медийной критике.
19. Сходства и различия методов литературной, художественной критики и медиакритики.
20. Нежурналистские произведения, различные виды искусства как возможные объекты медиакритики.
21. Авторская колонка медиакритике.
22. Концепция Э. Ламбета о медиакритике как «пятой власти».
23. Колонки медиакритиков в ведущих изданиях США.
24. Премии для медиакритиков.
25. Профильные рубрики и издания в СМИ Германии.
26. Идеологические ограничения на критику в советский период.
27. Критика в отраслевом журнале «Советское радио и телевидение».
28. Специфика советской телекритики, влияние искусствоведческих подходов.
29. Роль журнала «Искусство кино» в формировании отечественной критики СМИ.
30. Понимание медиакритики в концепции А.П. Короченского.
31. Информационный видеосюжет как объект медиакритики.
32. Интервью как объект медиакритики.
33. Информационное сообщение на радио как объект медиакритики.
34. Медиакритика на страницах специального издания.
35. Формат литературной рецензии в современной общественно-политической прессе
36. Медиакритическая деятельность в блогосфере.
37. Медиакритическая деятельность в социальных сетях.
38. Интернет-мем в медиакритике.
39. Вирусное видео в медиакритике.
40. Коллаж и карикатура.
41. Освоение критиками-профессионалами мультимедийных площадок.

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика для дискуссий.

1. Становление медиакритики в России: предпосылки возникновения, основные медийные рубрики, творчество медиаобозревателей ведущих СМИ России, функциональное, жанровое и стилистическое разнообразие
2. «Обыденный критики»: медиакритика в социальных сетях.
3. Критика онлайн: самодетельная критика и «модерирование» обсуждения содержания медиа в социальных сетях.
4. Гражданские организации и объединения, выполняющие функции общественной экспертизы медиасреды.
5. Медиаэкология и «понимание медиа» в цифровую эпоху.
6. Медиа как среда (экосистема медиа, медиaprостранство, медиареальность, медиатерапия, «журналистика травмы», медиаобразование, медиа и информационная грамотность).
7. Медиаобразование и медиаграмотность — не только общемировой, но и российский тренд, если понимать медиа как «общественное благо» и институт для развития граждан.
8. Медиаграмотность как часть экосистемы медиа, развивающая «критическое мышление» и «критическую автономию» аудитории.
9. Медиасреда и новые области критики.
10. Посредническая функция медиакритики между СМИ и аудиторией.
11. Журналистские явления как объекты медиакритики.
12. Медийная критика как форма саморегулирования журналистского сообщества.
13. Социальная востребованность медиакритики.
14. Общее и различное в методологии и функционировании литературной, театральной, музыкальной, художественной, кинокритики, телекритики.
15. Формы медиакритики в советский период. Специфика газетножурнальной критики.
16. Телекритика и ее специфический язык.
17. Аргументация в медиакритике. Комментирование и цитирование.
18. Авторский стиль в медиакритике.
19. Особенности работы журналиста в печатных СМИ, на ТВ, радио и в Интернет-издании. Формы авторизации контакта с аудиторией.
20. Анализ практики ведущих медийных критиков России. Стиль, применение средств художественной выразительности, экспрессивность лексики и т.д.
21. Приемы привлечения и удержания внимания аудитории при анализе медийных текстов.
22. Медиакритик как модератор.
23. Медиакритика и медиаграмотность.
24. Типологизация медиатекстов относительно адресата, по способу создания, по способу воспроизведения.
25. Типы контекстов. Адекватность медиатекста реальному событию.
26. Корпоративная критика на страницах профессионального издания.
27. Методика исследования публикаций.
28. Формат литературной рецензии в современной прессе.
29. Метаанализ литературной критики.
30. А. Немзер – ведущий литературный критик в современном медиaprостранстве.
31. Контент -анализ публикаций А. Немзера.
32. Тенденции эссеизма в современной критике.
33. Информационное поле телекритики.
34. ТВ как поток информации. Пятая функция электронных СМИ. Характеристики рубрик телекритики.
35. Параметры авторской оценки телекритика.
36. Экспрессивность стиля медиакритиков.
37. Принципы анализа информационного сообщения на радио.
38. Технология подготовки новостных блоков.
39. Медиакритика радиальных программ в профессиональном издании.
40. Авторская программа как конвергентный жанр. Матрица критериев анализа.

2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Задание 1. Сделать обзор современного состояния медиакритики в традиционных СМИ с целью ознакомления с данной сферой, выявления основных тенденций и проблем. В рамках работы следует ответить на следующие вопросы:

- В каких изданиях выступают современные медиакритики? Отметить названия и типы изданий.
- Какие специальные рубрики существуют?
- В каких жанрах чаще всего выступают медиакритики?

• К какому типу критики относятся медиакритические выступления (профессиональная, научная, массовая)?

- Какие сферы медиа в каких СМИ освещаются чаще всего?
- Перечислите ряд наиболее значимых и интересных авторов.
- Какие темы и проблемы чаще всего затрагиваются?
- Какие можно отметить публицистические приемы и стилистические особенности?
- Какова ситуация с развитием медиакритики в прессе Санкт-Петербурга?

Задание 2. «Портрет медиакритика». На основании сделанного ранее обзора отечественной медиакритики студент выбирает одного автора, чье творчество показалось ему наиболее интересным (либо спорным). Студент заранее проводит анализ особенностей творческого стиля данного автора, обращая внимание на следующие аспекты:

• В каком издании публикуется автор (изданиях, ведет блог).
• Краткая биографическая справка (в профессиональном аспекте).
• Основная тематика и проблематика материалов автора в целом, какое место в них занимают тексты медиакритики.

• Каким аспектам и вопросам посвящено критическое творчество автора?
• Анализ публицистических приемов, стилистических особенностей текстов, творческой манеры.
• На каких позициях стоит автор и как он отстаивает свои ценности и аргументирует оценки (обязательны примеры)?

• Есть ли повторяющиеся темы, проблемы, поводы, к которым автор возвращается?
• Какова жанровая палитра его творчества?
• Как обстоят дела с соблюдением профессиональной этики? Нет ли излишней категоричности в оценках? Насколько высок «градус оценочности»? Много ли маркированной, окрашенной лексики, особенно негативной? Применяются ли манипулятивные приемы? (обязательны примеры)

• Как материалы данного автора (колонка) вписываются в концепцию издания в целом? Регулярно ли они появляются и как часто? Когда был опубликован последний материал?

• Если критик публикуется в нескольких изданиях или ведет блог, насколько сильно отличается стилистика и проблематика текстов?

Для проведения анализа необходимо выбрать не менее 6-7 материалов данного автора, которые показали наиболее характерными. Материалы следует выбирать не более чем двухлетней давности. По итогам проведенного анализа на занятии сделать доклад с мультимедийной презентацией на тему «Особенности творческого почерка медиакритика» («Портрет медиакритика»). Тексты автора, по которым проводился анализ, следует приложить к тексту анализа (обязательно те, цитаты из которых были приведены в качестве примеров). «Портрет медиакритика» необходимо защитить на занятии: доклад на 15-20 минут в сопровождении мультимедийной презентации, где необходимо проиллюстрировать наиболее характерные черты стиля автора, познакомить сокурсников с его творчеством.

Задание 3. Студенты пишут эссе на тему «Современное звучание книги В. Саппака «Телевидение и мы. Четыре беседы»: свежий взгляд на новое явление». В эссе необходимо проанализировать основные положения и идеи В. Саппака, оценить его требования, предъявляемые к работникам ТВ с точки зрения настоящего времени, выявить актуальность мыслей автора для современности. В чем критик ошибся, а что предсказал верно? Необходимо учитывать контекст и реалии того времени при анализе текста.

Задание 4. Создать рецензию на ряд материалов, объединенных рубрикой, циклом или именем автора.

При работе над текстом необходимо учитывать следующее:

• Смысловое и стилистическое единство текста.
• Композиция (завязка, развитие, концовка). Заголовок, подзаголовок, лид.
• Качество анализа, умение выстраивать и сталкивать аргументы.
• Умение обобщать информацию, выстраивать стержневой сюжет текста.
• Выразительность (юмор, цитаты, ссылки на источники и пр.) и соразмерность, не перегруженность «выразительностью».

• Ясность, точность, богатство языка (метафоры, сравнения, риторические вопросы и пр.).

Задание 6. Создать мини-рецензию (пост), размещающаяся в социальных сетях в течение недели. Пост должен быть посвящен какому-то теле- или кинособытию/проекту, увиденному на обозначенной неделе (актуальный/ российский/ не узкоспециальный).

Оцениваются:

- Соблюдение дедлайна.
- Своевременность и уместность публикации, ее попадание в ЦА.
- Соответствие типу текста — «оценивающий» или «объясняющий» (анонсирующий).
- Композиция — сильное начало, структура, финал.
- Ясность, убедительность, стиль.
- Уровень интерактивности (общение, обращение, сближение с читателем).
- Реакция на пост (лайки/комментарии/репосты).

Задание 7. Подготовка письменного обозрения по результатам ознакомления и анализа трех публикаций о специфике и проблемах современной медийной критики в России.

При работе над текстом необходимо учитывать следующее:

- Смысловое и стилистическое единство текста.
- Композиция (завязка, развитие, концовка). Заголовок, подзаголовок, лид.
- Качество анализа, умение выстраивать и сталкивать аргументы.
- Умение обобщать информацию, выстраивать стержневой сюжет текста.
- Выразительность (юмор, цитаты, ссылки на источники и пр.) и соразмерность, не перегруженность «выразительностью».
- Ясность, точность, богатство языка (метафоры, сравнения, риторические вопросы и пр.).

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к экзамену

- 1 Сущность медиакритики.
- 2 Предмет и материал для анализа в медиакритике.
- 3 Задачи и функциональность медиакритики.
- 4 Рефлексивный, оценочный, практический компоненты массового сознания и влияние критики на них.
- 5 Типы аудитории медиакритики: сообщество профессионалов медиа; академические сообщества исследователей; массовая аудитория; смешанная аудитория.
- 6 Основные группы субъектов критики: ученые, журналисты, общественные деятели. Ученые как субъекты критики СМИ.
- 7 Требования к личности медиакритика, уровню его эрудиции и профессиональной компетентности.
- 8 Жанровая палитра медийной критики.
- 9 Метод фактчекинга в медийной критике.
- 10 Сходства и различия методов литературной, художественной критики и медиакритики.
- 11 Нежурналистские произведения, различные виды искусства как возможные объекты медиакритики.
- 12 Авторская колонка медиакритике.
- 13 Концепция Э. Ламбета о медиакритике как «пятой власти».
- 14 Колонки медиакритиков в ведущих изданиях США.
- 15 Премии для медиакритиков.
- 16 Профильные рубрики и издания в СМИ Германии.
- 17 Идеологические ограничения на критику в советский период.
- 18 Критика в отраслевом журнале «Советское радио и телевидение».
- 19 Специфика советской телекритики, влияние искусствоведческих подходов.
- 20 Роль журнала «Искусство кино» в формировании отечественной критики СМИ.
- 21 Понимание медиакритики в концепции А.П. Короченского.
- 22 Информационный видеосюжет как объект медиакритики.
- 23 Интервью как объект медиакритики.
- 24 Информационное сообщение на радио как объект медиакритики.
- 25 Медиакритика на страницах специального издания.
- 26 Формат литературной рецензии в современной общественно-политической прессе
- 27 Медиакритическая деятельность в блогосфере.
- 28 Медиакритическая деятельность в социальных сетях.
- 29 Интернет-мем в медиакритике.
- 30 Вирусное видео в медиакритике.
- 31 Коллаж и карикатура.
- 32 Освоение критиками-профессионалами мультимедийных площадок.

2.2.2 Тематика курсовых работ

- 1 Медиакритика как новое направление в журналистике России
- 2 Критика СМИ как эффективный инструмент ненасильственного «внутрикорпоративного» регулирования деятельности СМИ и журналистов.
- 3 Медиакритика с позиций религиозных конфессий.
- 4 Массовое сознание как объект медиакритики.
- 5 Типологические особенности современной российской медийной критики.
- 6 Просветительский характер комментирующего типа критики.
- 7 Рецензирующий тип критики как всесторонний анализ продукта СМИ.

- 8 Развитие медиакритики в США, Европе, на постсоветском пространстве.
- 9 Концепция Э. Ламбета о медиакритике как «пятой власти».
- 10 Проблемы развития медиакритики и ее осмысления в отечественной науке.
- 11 Специфика советской телекритики, влияние искусствоведческих подходов.
- 12 Рациональность и интуиция как инструменты познания в медиакритике.
- 13 Роль медиакритики в синтезе и популяризации научных знаний о социальном функционировании СМИ.
- 14 Роль массовой медиакритики в установлении коммуникации с широкой аудиторией и использование развлекательных элементов.
- 15 Анализ информационного производства как демонстрация влияния условий появления медийных произведений на их содержательные и формальные характеристики.
- 16 Анализ медийного содержания, определяющий соответствие содержания, внутренней структуры и формально-стилевых характеристик медийных произведений концептуальной модели и формату СМИ.
- 17 Медиакритика как регулятор в системе профессионально-этического регулирования деятельности журналистов.
- 18 Роль медиакритики в коррекции восприятия медийного содержания аудиторией.
- 19 Развитие медиаобразования как системы методов обучения безопасному и эффективному восприятию медиапродуктов.
- 20 Целевая аудитория медиаобразования.
- 21 Медиакритика как один из инструментов медиаобразования для обучения взаимодействию с медиасферой.
- 22 Образность текстов медиакритики как средство повышения убедительности.
- 23 Авторский взгляд и средства его выражения в тексте.
- 24 Авторская колонка как популярная форма медиакритических выступлений.
- 25 Особенности творческого почерка известных российских медиакритиков.
- 26 Исследование проблемы функционирования информационных жанров медиакритики.
- 27 Влияние прогресса компьютерно-сетевых коммуникаций в Интернете на современное состояние и перспективы медиакритики.
- 28 Использование мультимедийных возможностей в критике медиа.
- 29 Возможности для любительской медиакритики в Интернете и проблемы их реализации.
- 30 Медиакритика в блогах: особенности структуры и стилистики.
- 31 Специфика аудитории тематических блогов.

3. Описание системы оценивания, шкала оценивания

3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля.

Перечень оценочных средств для текущего контроля	Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
Устный опрос	Соответствие ответа вопросу, полнота информации в ответе.
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).
Курсовая работа	Соответствие содержания курсовой работы теме, наличие методологического аппарата работы, самостоятельность выполнения, грамотное оформление курсовой работы и наличие всех структурных частей, соблюдение сроков предоставления работы на кафедру.
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров

3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

Компонент компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенций	Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
ПК-4.1: Владеет законодательством	Студент определяет тип(ы)	Студент адекватно

<p>Российской Федерации и иными нормативными правовые акты, методическими и нормативными документами, регламентирующими деятельность средств массовой информации; историей России, новейшей истории и основами международной политики; корпоративными требованиями к продуктам телерадиовещательных СМИ; современными информационно-коммуникационными технологиями; информационной специализацией СМИ; конъюнктурой медийного рынка, мировыми тенденциями в медиаиндустрии</p>	<p>проекта(ов) для участия в них с учетом личностных, социальных и профессиональных интересов (социальные, направленные на развитие волонтерского движения; профессионально-ориентированные, направленные на самоопределение студентов и др.).</p>	<p>осуществляет выбор типа проекта и степени (уровня) своего участия в проекте. Выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных) и определена ролевая позиция в группе по осуществлению проектов. Оптимально распределены обязанности по задачам и подзадам в рамках цели проекта.</p>
<p>ПК-4.2: Применяет современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планирует освещение значимых событий; находит информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализирует социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделяет ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозирует успешность будущего медиапродукта</p>	<p>Студент придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>Студент полностью придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p>

3.3 Шкала перевода баллов по дисциплинам с оценкой (экзамен или дифференцированный зачёт) для уровней образования бакалавриата и специалитета по очной форме обучения.

Согласно приказу №306 от 06.09.2019г «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся» в институте установлена следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Количество баллов	Экзаменационная оценка	
	прописью	буквой
96 – 100	отлично	А
86-95	отлично	В
71 – 85	хорошо	С
61 – 70	хорошо	Д
51 – 60	удовлетворительно	Е
0 – 50	неудовлетворительно	ЕХ