Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра филологии

Паспорт экзамена

по дисциплине «Психология журналистики», 8 семестр

1. **Методика оценки**

Экзамен проводится в форме письменного тестирования.

Тестовые задания охватывают все содержание дисциплины «Психология журналистики».

Тест состоит из 20 вопросов различного вида и позволяет проверить результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенций.

2. **Критерии оценки результатов обучения, соотнесенных с уровнями освоения индикаторов достижения компетенций**

Выполнение теста засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент правильно ответил на все вопросы теста, знает определения всех понятий, продемонстрировал способность безошибочно устанавливать последовательность и соответствие между процессами и явлениями, выявлять проблемы, предлагать механизмы их решения, представляет количественные и качественные характеристики определенных процессов и не допускает ошибок. Совокупность результатов обучения по дисциплине и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций не содержит пробелов. Установленные в программе компетенции сформированы в полном объеме. Оценка составляет *от 35 до 40 баллов.*

Выполнение теста засчитывается на **базовом** уровне, если студент правильно ответил на ⅔ вопросов теста, знает определения основных понятий, продемонстрировал способность устанавливать последовательность и соответствие между процессами и явлениями, правильно характеризует процессы, явления, не допускает существенных ошибок. Совокупность результатов обучения по дисциплине и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит несущественные пробелы. Установленные в программе компетенции сформированы на базовом уровне. Оценка составляет *от 34 до 27 баллов.*

Выполнение теста засчитывается на **пороговом** уровне, если студент правильно ответил от ½ до ⅔ вопросов теста, знает определения основных понятий, продемонстрировал способность устанавливать последовательность и соответствие между процессами и явлениями, допускает непринципиальные ошибки, например, вычислительные. Совокупность результатов обучения по дисциплине и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит пробелы. Установленные в программе компетенции сформированы на пороговом уровне. Оценка составляет *от 26 до 20 баллов.*

Выполнение теста считается **неудовлетворительным**, если студент правильно ответил менее чем на половину вопросов теста, не знает определений понятий, не продемонстрировал способность устанавливать последовательность и соответствие между процессами и явлениями, допускает принципиальные ошибки. Совокупность результатов обучения по дисциплине и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит существенные пробелы. Установленные в программе компетенции не сформированы. Оценка составляет *менее 20 баллов.*

3. **Шкала оценки**

Экзамен считается сданным, если сумма баллов по всем заданиям билета составляет от 20 до 40 баллов включительно. Сумма менее 20 баллов признается неудовлетворительным результатом промежуточной аттестации по дисциплине .

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, установленными в НГТУ.

4. Примерный тест для экзамена

Утверждаю:
Зав. кафедрой ____ _____ ФИО
«____» _____ 20_ г.

Тест

по дисциплине «Психология журналистики»[1]

I. Психология журналистики как прикладная отрасль психологической науки

1. Основное отличие информационного общества от индустриального и постиндустриального:

а) Меняются способы доставки информации;

б) На смену газетам приходят радио, телевидение, Интернет;

в) Информация становится наиболее рентабельным продуктом и товаром; г) Отличий нет.

2. Среди основных методов психологических исследований в сфере масс-медиа можно выделить:

а) Анкетирование аудитории;

б) Контент-анализ, эксперименты, работу в фокус-группах; в) Индивидуальное интервьюирование;

г) Беседы с родственниками и знакомыми.

3. Как организовать еженедельные опросы аудитории СМИ

а) нужно встретиться со всеми людьми, желающими участвовать в опросе б) нужно выделить только известных всей аудитории людей

в) опросы проводятся по репрезентативной выборке аудитории г) опросы лучше проводить методом «случайной» выборки

4. Главным мотивом массово-коммуникационного творчества является: а) Возможность «посмотреть мир»;

б) «пусть обо мне все узнают»;

в) Потребность творческой самореализации; г) Желание заработать больше денег.

5. Аудитория СМИ не описывается с помощью следующей системы показателей: а) Качественно-количественные характеристики аудитории;

б) Психолого-семантические характеристики;

в) Изменения, происходящие в сознании и поведении аудитории;

г) Эмоциональные составляющие процесса восприятия информации.

6. Аудитория СМИ определяется прежде всего как

а) все без исключения граждане того или иного государства б) только те, кто постоянно общается со СМИ

в) стихийное, никем и ничем не регулируемое образование г) массово-коммуникативная общность

II. *Психология* журналистского труда и творчества

1. Среди основных функций имиджа журналиста можно выделить а) номинативную

б) позитивную в) негативную г) рекреативную

а. Журналистская эмоциональность может быть:

[1] Правильные ответы выделены жирным шрифтом

а) Эмоционально уравновешенного типа;
б) Радостного типа;
в) Радостно-гневного типа;
г) Все ответы верны.

b. Профессионально важные качества личности журналиста - это ...
а) Умение поддержать беседу на любую тему;
б) Умение находить возражения и контрдоводы;
в) Умение слушать собеседника;
г) Все ответы верны.

c. К какому мотивационному комплексу относятся такие психофизиологические потребности, как потребность в безопасности, здоровье, потребность в комфорте, достатке и душевном покое:
а) Интериндивидный комплекс;
б) Метаиндивидный комплекс;
в) Интраиндивидный комплекс.
г) Ультраиндивидный комплекс.

d. Внутренне свободный человек может быть независимым, свободным прежде всего:
а) От мнений кого бы то ни было;
б) От принятых в обществе норм и правил;
в) От «массифицированного», «усреднённого» сознания толпы;
г) От всего, что мешает его индивидуальному творчеству.

e. Среди основных функций журналистского творчества отсутствует: а) Развлекательная;
б) Познавательная;
в) Художественно-образная;
г) Выражение и коммуникация эмоций.

f. Отражение в сознании человека наиболее сложных причинно-следственных связей и отношений предметов и явлений объективного мира называется:
а) восприятием;
б) воображением;
в) мышлением;
г) представлением.

g. Вид мышления, опирающийся на непосредственное восприятие предметов и реальное их преобразование, называется:
а) наглядно-образным;
б) наглядно-действенным;
в) словесно-логическим;
г) абстрактным.

h. От процесса запоминания зависит(-ят) в сохранении материала:
а) только полнота;
б) только точность;
в) только прочность;
г) полнота, точность и прочность.

i. Чувствами называются:
а) непосредственные переживания чего-либо;
б) устойчивые эмоциональные отношения к кому-либо или к чему-либо;
в) стойкие, сильные, длительные эмоциональные состояния;
г) индифферентные отношения к действительности.

6. Назовите типы текстов СМИ в зависимости от типа информации:
а) Рационально-убеждающие и эмоционально-побуждающие;
б) Реалистичные и мифологические;
в) Информационно-фактографические и оценочные;
г) смысловыявляющие и гедонистические.

7. Назовите тип мышления, пришедший на смену рационалистическому типу и выражающийся в отказе от порядка, смысла, в отрицании социальных запретов.

а) Драйв-мышление;
б) Магическое мышление;
в) №1;-мышление;
г) Рационалистическое мышление.

III. Методы психологического воздействия на аудиторию

1. Назовите позитивный эффект распространения массовой информации, который связан с чувством удовлетворения от информации, помогающей разрешать различные социальные и бытовые проблемы:

а) Утилитарный эффект; б) Престижный эффект;
в) Эффект усиления позиций; г) Познавательный эффект.

2. Модель взаимоотношений с аудиторией, в ходе которой аудитория является объектом воспитания со стороны СМИ, называется:

а) Коммуникативно-познавательная;
б) Управленческо-технократическая;
в) Гуманитарная.

3. В числе определений манипулятивного воздействия НЕТ следующего:

а) Это влияние, а не взаимовлияние;
б) Это гедонистический процесс;
в) У объекта манипуляции сохраняется иллюзия самостоятельности решений;
г) Приёмы воздействия постоянно совершенствуются.

4. К приемам манипуляции не относится:

а) искажение информации;
б) сокрытие и специальная организация подачи информации; в) расширенные обобщения;
г) подмена смыслов;
д) дегустации, раздача пробников и т.п.;

5. Метод психологического воздействия на население с помощью средств массовой информации, выполняющий функцию ценностной регуляции сознания и основанный на психологических механизмах сравнения и оценки, называется:

а) пропаганда;
б) установка;
в) стереотип;
г) внушение.

6. Стереотип - это:

а) способ организации манипуляции, суть которого сводиться к тому, чтобы вызвать в нутрии человека дисбаланс, внутренний дискомфорт;
б) метод психологического воздействия на население с помощью средств массовой информации, выполняющий функцию ценностной регуляции сознания;
в) устойчивый, мало зависимый от эмпирического познания образ окружающих предметов и явлений;
г) нет верного ответа.

7. Вставьте правильный ответ в следующее утверждение: Определенная часть послания может усваиваться аудиторией, минуя сферу активного критического мышления, результатом ... может быть убежденность, получаемая без логических доказательств. а) убеждения;
б) внушения;
в) заражения;
г) подражания;