

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт философии
Кафедра русского языка и культуры речи

УТВЕРЖДАЮ

Директор института философии

П. П. Склад

(подпись)

«10»

04

2023 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
«Актуальные проблемы медиатекста»
42.04.05 Медиакоммуникации

Разработчики:

ст. преподаватель Панкова Н.А.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка и культуры речи от «17» 04 20 23 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой русского языка и культуры речи Нередкова С.С.
(подпись)

Луганск 2023 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Актуальные проблемы медиатекста»**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых
в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	УК-4	способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	Тема 1. Медиатекст как особый вид текста	3
			Тема 2. Диалогичность и диалоговость медиатекста	3
			Тема 3. Интертекстуальность в медиатексте	3
			Тема 4. Современные средства усиления эффективности медиатекста	3
			Тема 5. Сверхтекст и его типы.	3
			Тема 6. Специфика гипертекстовой медиапубликации	3
			Тема 7. Жанровые особенности веб- медиатекста	3

**Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал
оценивания**

№ п/ п	Код контролируе мой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-4	Зн а н и е : основных проблем идентификации, исследования и создания медиатекста; специфики гипертекстовой медиапубликации; типов сверхтекста; жанровых особенностей веб-медиатекста; современных средств усиления эффективности медиатекста. У м е н и е : идентифицировать объект (медиатекст), дать его	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7	Контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по темам дисциплины; контрольные работы; тесты, анализ медиатекстов,

		описание, выявить текстообразующие признаки; различать жанровые особенности гипертекстов; отбирать и эффективно использовать современные средства усиления эффективности медиатекста. Владение навыками: анализа различных типов гипертекстовых медиапубликаций; использования современных средств усиления эффективности сверхтекста.		редактирование медиатекстов
--	--	--	--	-----------------------------

Фонды оценочных средств по дисциплине
«Актуальные проблемы медиатекста»

Контрольные вопросы
для подготовки к практическим занятиям
по разделам дисциплины

1. Медиатекст как носитель семантической и эстетической информации.
2. Когерентность и холономность – важнейшие категории текста. Уровни когерентности медиатекста.
3. Диалогичность как важное текстообразующее и жанрообразующее качество медиатекста.
4. Специфические особенности построения диалога в медиатексте.
5. Автор как категория медиадискурса.
6. Автор-производитель медиапродукта как коллективный субъект.
7. Особенности авторского начала в публицистике: выявленность автора, степень сложности и удельный вес средств его репрезентации.
8. Функциональные роли и маски.
9. Парадокс адресата медиатекста.
10. Инверсия коммуникативных ролей.
11. Интервью как диалогический текст.
12. Использование диалога внутри медиатекста.
13. Показатели диалогичности в монологическом тексте.
14. Диалог как риторическое средство медиатекста.
15. Текстовые средства диалогичности.
16. Приемы диалогичности в аспекте текстовой реализации и в аспекте текстообразующей функции.
17. Классификация диалогических приемов: прием диалогизации, прием цитации, прием выдвижения.
18. Модели и модификации приемов.
19. Принципы выдвижения: контраст, повтор, квантование.

- 20.Интертекстуальность как средство отражения различных сфер человеческой деятельности.
- 21.Отражение функционального спектра в текстах массовой коммуникации.
- 22.Три аспекта стратегии медиатекста: генетическая, содержательно-прагматическая, синтаксическая.
- 23.Виды цитации в медиатексте.
- 24.Основные функции цитат в медиатексте: наиболее четкая передача фрагмента сообщения; ссылка на авторитет; пиар-продвижение; аргументация / контраргументация; подмена ответственности; метасобытийная; эстетическая; оценки; манипуляции; делимитативная; гедонистическая.
- 25.Специфические формы интертекстуальности: интерконичность и дискурсивность. Использование готовых форм-шаблонов при создании медиатекста.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям
по разделам дисциплины»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Ответ на контрольный вопрос по разделу дисциплины представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Ответ на контрольный вопрос по разделу дисциплины представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Ответ на контрольный вопрос по разделу дисциплины представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Ответ на контрольный вопрос по разделу дисциплины представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

2. Контрольная работа

Задания к контрольным работам

Подготовить письменные ответы на вопросы:

1. Медиатекст как носитель семантической и эстетической информации. Когерентность и холономность – важнейшие категории текста. Уровни когерентности медиатекста.

2. Диалогичность как важное текстообразующее и жанрообразующее качество медиатекста. Специфические особенности построения диалога в медиатексте.
3. Автор как категория медиадискурса. Автор-производитель медиапродукта как коллективный субъект. Особенности авторского начала в публицистике: выявленность автора, степень сложности и удельный вес средств его репрезентации.
4. Функциональные роли и маски. Парадокс адресата медиатекста. Инверсия коммуникативных ролей.
5. Интервью как диалогический текст. Использование диалога внутри медиатекста. Показатели диалогичности в монологическом тексте.
6. Диалог как риторическое средство медиатекста. Текстовые средства диалогичности. Приемы диалогичности в аспекте текстовой реализации и в аспекте текстообразующей функции.
7. Классификация диалогических приемов: прием диалогизации, прием цитации, прием выдвижения. Модели и модификации приемов.
8. Принципы выдвижения: контраст, повтор, квантование.
9. Интертекстуальность как средство отражения различных сфер человеческой деятельности.
10. Отражение функционального спектра в текстах массовой коммуникации.
11. Три аспекта стратегии медиатекста: генетическая, содержательно-прагматическая, синтаксическая.
12. Виды цитации в медиатексте. Основные функции цитат в медиатексте: наиболее четкая передача фрагмента сообщения; ссылка на авторитет; пиар-продвижение; аргументация / контраргументация; подмена ответственности; метасобытийная; эстетическая; оценки; манипуляции; делимитативная; гедонистическая.
13. Специфические формы интертекстуальности: интерконичность и дискурсивность. Использование готовых форм-шаблонов при создании медиатекста.
14. Языковые средства отражения действительности в медиатексте. Случаи нарушения норм речи. Специальная лексика, термины и понятия в медиатексте. Роль медиатекстов в процессе терминотворчества. Игра слов в медиатексте.
15. Понятие свертхтекста. Типы свертхтекста. Медиатекст как свертхтекст. Гипертекст как тип медиатекста. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Специфические свойства интернет-СМИ: гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность. Типология интернет-СМИ.
16. Анализ контента сайта с учетом информационной, эстетической и технической составляющей.
17. Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста. Требования к языку интернет-публикаций.

18. Жанровая типология интернет-публикаций с учетом особенностей пользователей, внешнего смыслового поля (контекст), поисковой активности посетителей, тематити публикаций и структурных связей между ними, контента – текстового или мультимедийного.
19. Интернет-новость: структурно-композиционные и языковые особенности.
20. Интернет-журнал или Веблог: структурная и функциональная классификации, особенности функционирования лингвостилистических средств.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

3. Тесты

1. Медиа́текст как свёрхтекст характеризуется:
 - а) линейностью структуры
 - б) гипертекстуальностью и интерактивностью
 - в) отсутствием связи с контекстом
 - г) исключительно текстовым форматом
2. Диалогичность медиатекста проявляется через:
 - а) использование цитат и интервью
 - б) монологическое изложение
 - в) исключение авторской позиции
 - г) формализованные шаблоны
3. Основная функция интертекстуальности в медиатексте:
 - а) упрощение структуры
 - б) ссылка на авторитет или манипуляция
 - в) сокращение объема текста
 - г) исключение визуальных элементов
4. Гиперссылки в медиатексте выполняют функцию _____.
5. Назовите три жанра веб-медиатекста.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Оценочные средства для анализа медиатекстов

Примеры текстов для лингвистического анализа

1. Новостная статья (экология)

«Глобальное потепление достигло критической отметки: по данным ООН, за последние 10 лет температура выросла на 1,2°C. Учёные предупреждают: если не сократить выбросы CO₂ к 2030 году, нас ждут необратимые последствия – затопление прибрежных городов, исчезновение видов и продовольственный кризис. «Мы на краю пропасти», – заявил климатолог Джеймс Хансен. Правительства стран G20 уже обсуждают срочные меры, но активисты считают их недостаточными. Как спасти планету? Ответа пока нет».

Объём: 98 слов.

Аспекты анализа: использование статистики, эмоциональные цитаты, риторические вопросы.

2. Рекламный текст

«🔥 **НОВИНКА!** Твой смартфон устарел? Встречай **XPhone Z10** – 200 МП камера, зарядка за 15 минут и дисплей, который «зацепит» даже в ярком солнце. ✨ *«Это не телефон – это стиль жизни»* (с) наш CEO. Успеи купить со скидкой 30% до конца недели! 🎁 P.S. Кто угадает, из какого фильма цитата в описании – получит подарок! 📱 #техноденьги #XPhone_революция».

Объём: 89 слов.

Аспекты анализа: сленг, хештеги, интертекстуальность (скрытая цитата из кино).

3. Политический лозунг (предвыборная кампания)

«"Время перемен" — так звучит наш девиз. За последние 5 лет цены выросли на 40%, а зарплаты остались прежними. Мы вернём стабильность! Голосуйте за партию «Справедливость» – мы знаем, как остановить инфляцию и создать

новые рабочие места. *«Не дадим прошлому диктовать наше будущее!»*
Помните: ваш голос – это сила. Вместе мы изменим страну! ✓ Подробности на сайте».

Объём: 105 слов.

Аспекты анализа: повторение ключевых фраз, манипуляция через цифры, использование императивов.

4. Комментарий в ВК (социальные проблемы)

«После новости о повышении пенсионного возраста в стране начался настоящий хайп. Одни пишут: «Власти совсем оторвались от реальности», другие – «Надо работать, а не ныть». Лично я в шоке: как жить на 15 тыс. рублей в месяц? 🤔 Это не реформа – это издевательство. #Долой_реформы #Позор_правительству».

Объём: 93 слова.

Аспекты анализа: эмоциональная лексика, хештеги, использование эмодзи.

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

Вопросы к зачету

1. Медiateкст как носитель семантической и эстетической информации.
2. Когерентность и холономность – важнейшие категории текста. Уровни когерентности медиатекста.
3. Диалогичность как важное текстообразующее и жанрообразующее качество медиатекста.
4. Специфические особенности построения диалога в медиатексте.
5. Автор как категория медиадискурса.
6. Автор-производитель медиапродукта как коллективный субъект.
7. Особенности авторского начала в публицистике: выявленность автора, степень сложности и удельный вес средств его репрезентации.
8. Функциональные роли и маски. Парадокс адресата медиатекста.
9. Инверсия коммуникативных ролей.
10. Интервью как диалогический текст.
11. Использование диалога внутри медиатекста.
12. Показатели диалогичности в монологическом тексте.
13. Диалог как риторическое средство медиатекста.
14. Текстовые средства диалогичности.
15. Приемы диалогичности в аспекте текстовой реализации и в аспекте текстообразующей функции.
16. Классификация диалогических приемов: прием диалогизации, прием цитации, прием выдвижения.
17. Модели и модификации приемов.
18. Принципы выдвижения: контраст, повтор, квантование.

- 19.Интертекстуальность как средство отражения различных сфер человеческой деятельности.
- 20.Отражение функционального спектра в текстах массовой коммуникации.
- 21.Три аспекта стратегии медиатекста: генетическая, содержательно-прагматическая, синтаксическая.
- 22.Виды цитации в медиатексте.
- 23.Основные функции цитат в медиатексте: наиболее четкая передача фрагмента сообщения; ссылка на авторитет; пиар-продвижение; аргументация / контраргументация; подмена ответственности; метасобытийная; эстетическая; оценки; манипуляции; делимитативная; гедонистическая.
- 24.Специфические формы интертекстуальности: интерконичность и дискурсивность.
- 25.Использование готовых форм-шаблонов при создании медиатекста.
- 26.Языковые средства отражения действительности в медиатексте.
- 27.Случаи нарушения норм речи.
- 28.Специальная лексика, термины и понятия в медиатексте.
- 29.Роль медиатекстов в процессе терминотворчества.
- 30.Игра слов в медиатексте.
- 31.Понятие сверттекста.
- 32.Типы сверттекста. Медиатекст как сверттекст. Гипертекст как тип медиатекста.
- 33.Медиатекст в системе интернет-коммуникаций.
- 34.Специфические свойства интернет-СМИ: гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность. Типология интернет-СМИ.
- 35.Требования к языку интернет-публикаций.
- 36.Жанровая типология интернет-публикаций с учетом особенностей пользователей, внешнего смыслового поля (контекст), поисковой активности посетителей, тематики публикаций и структурных связей между ними, контента – текстового или мультимедийного.
- 37.Интернет-новость: структурно-композиционные и языковые особенности.
- 38.Интернет-журнал или Веблог: структурная и функциональная классификации, особенности функционирования лингвостилистических средств.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «Зачет»

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает	зачтено

рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «Актуальные проблемы медиатекста»* соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки магистров по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии



С. А. Пидченко