

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. Скляр

2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной дисциплине  
«Язык средств массовой информации»

45.03.01 Филология  
профиль «Отечественная филология»

Разработчик:

доцент

В.И. Ковалёв

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

С.С. Нередкова

Луганск 2023 г.

**Паспорт  
оценочных средств по учебной дисциплине  
«Язык средств массовой информации»**

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

№ п/п	Код контролируемой Компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-5	<p>Владеет базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилевыми требованиями; навыками доработки и обработки (корректурa, редактирование, комментирование, реферирование, информационно-словарное описание) различных типов текстов, навыками сбора, мониторинга и предоставления информации.</p>	<p>Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4 Тема 5 Тема 6 Тема 7 Тема 8 Тема 9</p>	7

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

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-5	<p><b>знать:</b> нормы русского литературного языка, необходимые для эффективной устной и письменной профессиональной коммуникации; требования к построению убеждающей речи на профессиональную тематику;</p> <p><b>уметь:</b> отбирать необходимые языковые средства для осуществления эффективной профессиональной коммуникации; редактировать собственные и чужие тексты, предназначенные для осуществления профессиональной коммуникации;</p> <p><b>владеть:</b> нормами русского литературного языка, необходимыми для осуществления эффективной профессиональной коммуникации; навыками коммуникации с учетом различных социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий собеседника.</p>	Тема 1-9	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям по разделам дисциплины; рефераты; тесты; контрольные работы.

**Фонды оценочных средств по дисциплине  
«Язык средств массовой информации»**

**Вопросы для обсуждения на практических занятиях  
(в жанре учебной дискуссии)**

1. Чего больше в рекламе – манипуляции или информации? .
2. Какие стили применяются в рекламе?
3. Средства экспрессивного синтаксиса: вчера, сегодня, завтра.
4. Непрямая коммуникация – благо или манипуляция?.
5. От чего зависит эффективность рекламы?
6. Стилистическая значимость звуковой организации речи. Понятие благозвучия.
7. Экспрессивность звукового уровня художественного текста.
8. Типичные случаи нарушения акцентных норм – как избежать их в своей речи?
9. Какая польза в чтении газет и журналов?
10. Свобода и ответственность в современных СМИ.
11. Специфика речи СМИ.
12. Возможности СМИ как средства воздействия.
13. Языково-стилистические изменения в современных СМИ (усиление информационной функции СМИ; перераспределение статуса адресата и адресанта и др.).
14. Изменение стилистики СМИ разных типологических групп.
15. Роль оценки в прессе, влияние на нее социальных факторов.
16. Орфоэпическая норма в радио- и телеязыке: выбор варианта в зависимости от жанра.
17. Лексико-семантическая норма в медиатекстах СМИ различных каналов коммуникации.
18. Орфографическая норма в печатном медиатексте.
19. Морфологическая норма: вариант и речевая стратегия выбора.
20. Пунктуационная норма в языке печати: семантический аспект выбора.
21. Синтаксическая норма: объективный или субъективный порядок слов?

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Учебная дискуссия»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Выступление (сообщение) представлено 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	Выступление (сообщение) представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)

3	Выступление (сообщение) представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Выступление (сообщение) представлено на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

### **Аналитико-креативное задание**

Прочитайте текст. Отметьте соблюдение или несоблюдение языковых норм (орфографических, морфологических, пунктуационных). Исправьте найденные ошибки и предложите варианты применения данного текста в различных каналах коммуникации.

Дорогие читатели!

Вы держите в руках специальный выпуск журнала «Лучшие интерьеры», а точнее – краткую версию, или дайджест, летнего номера нашего издания. Подготовлен дайджест для того, чтобы в рамках рекламной компании познакомить с «Лучшими интерьерами» тех потенциальных читателей, кто ещё не видел или не покупал наш журнал.

Очень коротко о том, зачем более двух лет назад был создан интерьерный журнал и для кого он предназначен. «Лучшие интерьеры» – проект исключительно интерьерный. Структура журнала очень проста, в нем две основные части: одна посвящена частным квартирам и домам, другая – интерьерам ресторанов, кафе, модных бутиков и салонов, сделанным профессиональными архитекторами и дизайнерами. Небольшая рубрика «Спецпроект» разделяет основные части и дает возможность насладиться красивыми композициями. Принципиальное отличие журнала в том, что он представляет объекты из самых разных городов России, ближнего зарубежья, Европы, Америки, Азии. В репортажах главное внимание уделяется иллюстрациям, а небольшие текстовые комментарии содержат необходимую информацию для предоставления объекта.

Нам приятно, что «Лучшие интерьеры» нашли своего читателя. Это и специалисты – архитекторы, дизайнеры, и люди, которые приобретают новое жилье и хотят изменить облик старого.

Мы будем рады, если вы, посмотрев дайджест, заинтересуетесь журналом и присоединитесь к нашей многочисленной аудитории.

Краткие методические указания

*Требования к выполнению:*

- изучить информацию по теме,
- знать основные понятия и ключевые слова темы,

- уметь объяснить содержание понятия «речевые нормы» и привести примеры из текста.

### Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Аналитико-креативное задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Оформлено в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Творческое задание представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
3	Творческое задание представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
2	Творческое задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

### Тематика рефератов

1. Язык СМИ и информационная картина мира.
2. Языковая картина мира в информационных телепередачах.
3. Язык СМИ в новостных телепередачах.
4. Язык СМИ в аналитических программах.
5. Язык СМИ в теледебатах (политический дискурс).
6. Язык СМИ в телерекламе.
7. Норма и антинорма в речи ведущих любых трех телеканалов.
8. Современное телевидение в оценках творческой личности.
9. Агрессивные формы речевого поведения журналистов (тележурналистов).

### Краткие методические указания

1. Выберите тему.
2. Подготовьте список источников, на основании которых будет написан реферат.
3. Подготовьте текст реферата, оформите реферат в соответствии с требованиями.
4. Подготовьтесь к устному выступлению - сообщение о теме, проблеме, основных положениях реферата.
5. Подготовьтесь к ответам на вопросы по содержанию реферата.

- а) медийность,
- б) гипертекстуальность,
- в) динамический характер,
- г) специфика средств создания,
- д) обязательная художественно-эстетическая нагрузка,
- е) многоплановость, многомерность.

7. Профессиональная установка на возможную ошибку, неточность – это:

а) психологическая готовность встретить и распознать содержательную или стилистическую погрешность в любом месте текста на основе его критического рассмотрения;

8. Ключевыми категориями традиционного определения текста (Н.С. Валгина, И.Р. Гальперин, Г.Я. Солганик) являются:

- |                             |                   |
|-----------------------------|-------------------|
| а) информативность,         | в) связность,     |
| б) смысловая завершенность, | г) поликодовость. |

9. Термин медиатекст появился в англоязычной научной литературе:

- |                         |                         |
|-------------------------|-------------------------|
| а) в 60-е годы XX века; | в) в 80-е годы XX века; |
| б) в 70-е годы XX века; | г) в 90-е годы XX века. |

10. Медиатекст принадлежит:

- |               |  |
|---------------|--|
| а) сфере СМИ; | б) сфере книгоиздательской деятельности. |
|---------------|--|

11. Отметьте определение медиатекста:

а) предназначен для передачи объективной информации о природе, человеке и обществе в максимально обобщенной, объективной, обезличенной форме;

б) является источником получения информации о духовных импульсах и материальной сфере человеческой деятельности;

в) обслуживает чрезвычайно важные сферы человеческих взаимоотношений: отношения между государственной властью и населением, между странами, между предприятиями, организациями, учреждениями, между личностью и обществом.

12. К особенностям (свойствам) медиатекста не относится:

- а) медийность,
- б) гипертекстуальность,
- в) динамический характер,
- г) специфика средств создания,
- д) обязательная художественно-эстетическая нагрузка,
- е) многоплановость, многомерность.

13. Профессиональная установка на возможную ошибку, неточность – это:

- а) психологическая готовность встретить и распознать содержательную или стилистическую погрешность в любом месте текста на основе его критического рассмотрения;
- б) склонность во всем видеть ошибки и неточности;
- в) излишне критическое отношение к авторскому тексту, которое приводит к мелочным придиркам.

14. Встретив трудное для правки место, вы:

- а) будете думать над ним, пока не придумаете вариант правки;
- б) пропустите его, пометив на полях, выправите сначала все остальное, потом вернетесь к нему и выправите;
- в) попросите помочь коллегу.

15. Критическое отношение к себе и к результатам своей работы – это:

- а) профессиональный принцип в работе редактора с текстом с автором;
- б) досадная помеха в работе;
- в) качество желательное, но не обязательное.



## 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)

### Вопросы к зачёту

1. Становление теории медиатекста. Многоаспектность изучения медиатекста.
2. Определение медиатекста как динамической многоаспектной единицы высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций.
3. Типология современного медиатекста.
4. Медиатекст и его восприятие. Значение фоновых знаний в восприятии медиатекста.
5. Медиатекст в процессе деятельности участников коммуникации. Текстовая (дискурсивная) личность.
6. Русский язык: современное состояние и перспективы.
7. Вариативность норм употребления современного русского языка.
8. Новые слова в современном русском языке.
9. Проблемы социальной и функциональной дифференциации языка в современной лингвистике (Л.П. Крысин).
10. Формы существования (подсистемы) современного русского языка (Л.П. Крысин).
11. Особенности современного городского общения (Китайгородская М.В., Розанова Н.Н.).
12. Современная политическая коммуникация (Китайгородская М.В., Розанова Н.Н., Купина Н.А. и др.).
13. Стилеобразующие признаки языка СМИ (печать, радио, телевидение).
14. Речевые аспекты рекламной коммуникации.
15. Интернет как форма коммуникации.
16. Современный киноязык.
17. Факторы, определяющие взаимодействие автора и адресата в сфере современной массовой коммуникации.
18. Модели адресата: к вопросу о типологии.
19. Способы изучения коммуникативного портрета адресата современной массовой коммуникации.
20. Понятие языковой аномалии.
21. Культура речи пишущих в СМИ.
22. Разновидности языковых аномалий в СМИ.
23. Проблемы функционирования текста в сфере массовой коммуникации (лингвистические, юридические, этические).
24. Виды конфликтов и типология конфликтных текстов.
25. Инвективная лексика и фразеология как конфликтообразующий фактор в языке СМИ.

Структура зачётного задания:

1. Теоретический вопрос.
2. Практическое задание: комплексный филологический анализ текста

## Критерии и шкала оценивания к итоговой аттестации «Зачёт»

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
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

### Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Язык средств массовой информации» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 45.03.01 Филология.

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 обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической  
комиссии института философии



С. А. Пидченко