

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)

Структурное подразделение филологический факультет  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Декан филологического факультета

« 31 »  О.С. Перетятая 2021 г.


Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине  
Медиариторика

Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело (уровень бакалавриата)  
Квалификация выпускника – бакалавр  
Форма обучения – очная  
Курс – 1 курс (1 семестр)

Разработчик  
канд. пед. наук, доц. Гамина Т.С.

И.о. заведующего кафедрой журналистики  
и издательского дела

 Дроздова А.В.  
«26» августа 2021 г., протокол № 1

Луганск, 2021

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью выявлять механизмы образования текста, единицы его речевой реализации, виды информации и функционально-смысловые типы речи вербальных текстов (ОПК-4);
- способностью участвовать в формировании репертуара издательства (ПК-6).

### 1.2. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи.	ОПК-4,ПК-6	Работа со справочным материалом: словарями, энциклопедиями; анализ современных текстов СМИ;
Медиариторика как частная риторика СМИ	ПК-6.ОПК-4	Изучение основной и дополнительной литературы; анализ современных текстов СМИ;
Медиариторика и стратегия современных СМИ	ОПК-4,ПК-6	Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)
Лингвистика речи: ретроспекция стилистического опыта	ПК-6,ОПК-4	Устный опрос
Гипертекстовая природа мультимедиа	ПК-6,ОПК-4	подготовка к практическим занятиям, анализ медиатекстов
Мультимедийный текст: особенности создания и функционирования	ПК-6, ОПК-4	Подготовка к презентации Анализ и обсуждение мультимедийных текстов
Экзамен	ОПК-4, ПК-6	

### 1.3. Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОПК– 4	<b>знать:</b> виды информации и функционально-смысловые типы речи вербальных текстов; знать и развивать свои творческие возможности как специалиста в области издательского дела; характеристики коммуникативной личности; <b>уметь:</b> использовать свой творческий потенциал и знания в профессиональной деятельности; работать со справочным материалом: словарями, энциклопедиями, проектировать свой профессиональный имидж; выявлять механизмы образования текста, единицы его речевой реализации,

	<b>владеть:</b> навыками самореализации при составлении и анализе медиатекстов; знаниями об особенностях медиариторики в индивидуальной практике, в том числе и речевой; навыками самоанализа и самооценки своей профессиональной деятельности в области издательского дела.
ПК–6	<p><b>знать:</b> понятийный аппарат медиариторики: медиатекст, медиалингвистика, медиакультура, коммуникативный акт, дискурс, пресуппозиция, мультимедийный текст, интерактивная инфографика; специфику текстов МК и их отношение к культуре; проблемы риторической этики медиакоммуникации; стиль и средства современной медиакоммуникации; систему управления гипертекстами (навигация и броузинг); специфику мультимедийного текста; основы профессиональной деятельности специалиста издательского дела;</p> <p><b>уметь:</b> создавать коллективный образ медиаритора; самостоятельно изобретать как форму так и содержание передач, медиатекстов; использовать средства массовой информации при осуществлении деловой коммуникации; использовать информационный потенциал социальных сетей; анализировать тенденции современной науки; участвовать в формировании репертуара издательства.</p> <p><b>владеть:</b> навыками исследования сетевых медиаструктур в аспекте медиариторики; построения речи в области медиатехнологий; методами оценки эффективности медиатекста; методами сбора информации, ее проверки и анализа.</p>

#### 1.4. Описание показателей формирования компетенций

##### Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
1 курс (1 семестр)	
оформление конспектов лекционных и практических занятий	10
работа на семинарских занятиях	40
выполнение заданий самостоятельной работы	15
зачет	35
<b>Итого за семестр:</b>	<b>100</b>

##### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбал- льная система оценивания экзамена	100- балльна я шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100- балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	

Хорошо	<b>83–89</b>	<b>В</b> – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	<b>75–82</b>	<b>С</b> – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	<b>63–74</b>	<b>Д</b> – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	<b>50–62</b>	<b>Е</b> – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	<b>0–20</b>	<b>F</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над	

		материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	
--	--	--	--

### **1.5. Экзаменационные билеты (не предусмотрены)**

## **2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**

### **2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)**

**Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины**

1. Медиариторика и ее специфические возможности в аспекте медиакommunikации.
2. Современные медиа: дискурс и стиль.
3. Риторические стратегии в политической деятельности и средствах массовой информации.
4. Риторика на рубеже XX-XXI вв..
5. Коммуникативное пространство и коммуникативное время.
6. Виды медиатекстов и особенности составления медиатекстов.
7. Система жанров современных СМИ.
8. Понятие коллективного оратора и коллективного стиля.
9. Особенности аудиторий массовой коммуникации.
10. Что такое гипертекст?
11. Этика речи журналиста.
12. Результат использования гипертекста.
13. Авторская деятельность (авторизация).
14. Методы поиска информации (ключевые слова).
15. Медиакommunikация сегодня и современный человек.
16. Роль и значение риторики в XX веке и неориторики в XXI веке.
17. Медиакартина мира и медиaprостранство.
18. Неориторическая модель современного медиадискурса.
19. Причины возрождения риторики в XX веке.
10. Основной предмет общей риторики.
11. Обновленная риторика (неориторика).
12. Неориторика как полигуманная наука.
13. Неориторическая модель медиакартины мира.
14. Исследование сетевых медиаструктур в аспекте медиариторики.
15. Слово как эстетическая и аксиологическая ценность.
16. Теории штампованности газетного языка.
17. Проявление характера языковой личности в сети и стремление к максимальному самовыражению.
18. Новые медийные направления – моблогинги.
19. Медиариторика и современная культура общения.
20. Роль и значение медийной и информационной грамотности.
21. Образ автора (оратора) как риторическая проблема.
22. Виды медиатекстов и особенности их составления.
23. Специфика мультимедийного текста.
24. Мультимедийный текст: особенности создания и функционирования.
25. Подходы к понятию медиатекст.
26. Понятие мультимедиаизации СМИ.
27. Риторика как искусство речи.
28. Компьютерная коммуникация, компьютерный дискурс.

29. Виды потребностей, которые человек удовлетворяет с помощью Интернета (коммуникативная, познавательная и игровая).
30. Языковые средства выражения риторической модальности в информационном дискурсе устных и печатных форм СМИ.
31. Адресат медиатекста.
32. Специфика дискурса масс-медиа в современном информационном пространстве.
33. Технология создания медиапродукта в интернет-коммуникациях.
34. Аксиология современной медиакартины мира.
35. Речевой этикет как система требований к речевому поведению.
36. Медиариторический этос.
37. Медиариторический пафос.
38. Медиариторический логос.
39. Характеристика понятия «массовая информация».
40. Медиатекст как гипертекст.

#### **Задания для докладов (обсуждение)**

1. Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуниканты: правила взаимодействия.
2. Коммуникативная компетентность личности: понятие, характеристики.
3. Риторическая этика в медиатексте..
4. Риторические оптимальные особенности медийного пространства.
5. Медиариторика в условиях медиакультурного развития общества.
6. Риторическая модальность медиатекста.
7. Медиариторика в когнитивно-культурологическом аспекте.
8. PR-текст в массовой коммуникации.

#### **Практические задания:**

1. Составьте медиатекст, посвященный презентации новой книги.
2. Какие существуют виды медиатекстов и раскройте особенности их составления.

**Задание.** Проанализируйте, наиболее интересные для вас, медиапродукты в интернет-коммуникациях.

#### **Вопросы для дискуссии.**

1. Что такое медиареальность, каков ее генезис и основные черты?
2. В основе медиареальности лежит коммуникация. Какова здесь роль человека? Кто такой коммуникант?
3. Чем отличается медиафилософия от теории медиа и теории коммуникации?
4. В современном информационном обществе власть над коммуникацией есть власть над реальностью?
5. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание?

#### **Перечень вопросов для подготовки к зачету.**

1. Медиариторика – наука и искусство построения речевой информации в технологически новых видах словесной деятельности.
2. Коммуникативные стратегии в сфере медиадискурса.
3. Медиариторика и ее специфические возможности в аспекте медиакommunikаций.
4. Медиариторика как метод политической PR-коммуникации.
5. Создание текста СМИ как риторико-стилистическая проблема.
6. Дискурсы масс-медиа: риторика новостей, газетной и телевизионной публицистики
7. Медиариторический этос, пафос, логос
8. Методы сбора информации, ее проверки и анализа
9. Жанровая и стилевая специфика различного рода медиатекстов
10. Риторическая этика в медиатекстах.

- 11.Мультимедийный текст: особенности функционирования.
- 12.Медиатексты в современной массовой коммуникации.
- 13.Характеристика понятия «массовая информация».
- 14.Коммуникативные стратегии в сфере медиадискурса.
- 15.Основные проблемы медиариторики.
- 16.Медиакоммуникация и новый нравственно-этический образ человека.