

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций
 О.С. Перевития
« 13 » июля 2024 г.


Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Мастерская заголовка

По направлению подготовки 42.03.02 Журналистика
Квалификация выпускника – бакалавр
Формы обучения – очная, заочная
Курс: ОФО – 1 курс (2 семестр), ЗФО – 1 курс (3 триместр)

Разработчик:
д.п.п. по спец.об., доц. кафедры
журналистики и издательского дела
А.В. Дроздова

Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела
 Е.А. Куйанова
« 13 » июля 2024 г., протокол № 1

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Мастерская заголовка» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины (модуля).

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 524 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 21 мая 2014 года № 339н, от 04 августа 2014 года № 535н.

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Заголовок как часть и целое: ключевые подходы изучения	ОПК-1	Устный опрос. Схематизация опорных понятий.
К проблеме разграничения заголовка и заголовочного комплекса: функциональный аспект	ОПК-1	Устный опрос. Построение алгоритмов конструирования заголовочных комплексов.
Семантико-смысловые и структурно-композиционные аспекты изучения заголовков и заголовочных комплексов в СМИ	ОПК-1 ОПК-1	Устный опрос. Работа со словарями. Семантико-синтаксический анализ медиатекстов.
Морфолого-синтаксические и функционально-синтаксические подходы в разработке типологии моделей заголовков	ОПК-1	Контрольная проверочная работа. Работа с эмпирическим материалом.
Условия выбора синтаксической структуры заголовка	ОПК-1	Устный опрос. Построение схем типологических моделей заголовков на основе работы с эмпирическим материалом.
Маркеры иллокутивного предназначения заголовков	ОПК-1	Устный опрос и проблемный диалог. Прагматический анализ

		медиатекстов.
Языковая игра в заголовках СМИ	ОПК-1	Устный опрос. Работа со словарями и медиатекстами.
Советы практиков: как написать эффективный заголовок	ОПК-1	Проектная работа в командах. Эвристическая беседа.
Промежуточная аттестация	ОПК-1	Письменный экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ОПК-1	<p>Знает: способы анализа и конструирования заголовка современного медиатекста как особого элемента его архитектуры и лингвопрагматики.</p> <p>Умеет: выделять лингвопрагматические условия сильной позиции заголовка в медиатексте.</p> <p>Владеет навыками: составления эффективного заголовочного комплекса для аудитории различных СМИ.</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	40		50
Самостоятельная работа	30		20
Итоговая контрольная работа	30		30
Всего	100		

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная система	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	Зачтено
Хорошо	83–89	В – 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	
Хорошо	75–82	С – 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	63–74	Д – 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	50–62	Е – 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	21–49	FX – 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	
Неудовлетворительно	0–20	F – 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	Не зачтено

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса

1. Термин «заголовок» и его содержание.
2. Многообразие точек зрения на функции заголовка.
3. Графически-выделительная функция заголовка.
5. Номинативная (назывная, сигнальная) функция заголовка.
6. Рекламная функция заголовка.
7. Суть информативной функции заголовка.
8. Оценочно-экспрессивная функция заголовка.
9. Реализация интегративной функции.
10. Композиционная функция заголовка (архитектоническая).
11. Альтернативные подходы отечественных исследователей к функциям заголовка.
12. Заголовок в структуре текста газеты.
13. Понятие заголовочного комплекса.
14. Обязательные и факультативные компоненты заголовочного комплекса.
15. Понятие хэдлийна. Соотношение понятий заголовок / подзаголовок / хэдлинь / лид.
16. Система рубрик в газете.
17. Заголовки публикаций разных типов и жанров.
18. Статус заголовка в системе макротекста СМИ.
19. Диффузность как дополнительное свойство заголовка.
20. Социокультурная контекстность как специфическая особенность заголовков.

21. Заголовки в сетевых СМИ.
36. Понятие интертекстуальности как элемента заголовка.
37. Теория прецедентности и заголовочный комплекс СМИ.
38. Прагмалингвистические особенности заголовков СМИ.
39. Основные виды речевого воздействия в заголовках и заголовочных комплексах.
40. Графические средства воздействия в заголовках.
41. Потенциал фонетических средств воздействия в заголовках.
42. Использование лексических средств воздействия в заголовках.
43. Инструменты речевого воздействия в заголовках на синтаксическом уровне.
44. Понятие языковой игры. Языковая игра в заголовках.
45. Уровни реализации языковой игры.
46. Недостатки игровых заголовков.
48. История развития знания о заголовке медиатекста.
49. Специфика новообразований в контексте газетного заголовка.
50. Лингвосоциокультурное моделирование заголовков журналистских произведений: авторский подход В.В. Богуславской.

Задания для самостоятельной работы

1. В печатных и онлайн-СМИ найти примеры реализации графически-выделительной функции заголовков (3 примера: игра шрифтом, игра цветом, приемы верстки).
2. Разные уровни реализации номинативной функции. Подготовить 4 примера:
 - 1) из заголовка понятно, о чем речь;
 - 2) из заголовка непонятно, но помогает подзаголовок;
 - 3) из заголовка непонятно, но помогает визуальный контент;
 - 4) заголовок вообще не соответствует содержанию.
3. Примеры реализации рекламной функции (1 пример)
4. Примеры реализации интегративной, композиционной функции (по 1 примеру).
5. В печатных или онлайн-СМИ ЛНР найти 3 примера прецедентных заголовков. Указать первоисточник прецедента.
6. В печатных и онлайн-СМИ найти примеры заголовков, демонстрирующих приемы речевого воздействия.
7. Взяв за основу любую событийную заметку, трансформировать ее структуру в таких вариантах:
 - 1) номинативный заголовок + лид + сам текст заметки
 - 2) в качестве заголовка хэдлиин + лид + сам текст заметки
 - 3) номинативный заголовок + хэдлиин в качестве подзаголовка + лид + сам текст заметки

2.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Задания для проведения итоговой контрольной работы

(по методике Т.П. Ковиной)

1. Прочитайте предложенный материал, придумайте три варианта заголовков: констатирующий заголовок; заголовок, содержащий образ; заголовочный комплекс: заголовок и подзаголовок, расширяющий или поясняющий содержание заголовка. Объясните, к какому типу заголовков он относится. Какие еще существуют типы заголовков? К каким жанрам тяготеет тот или иной тип из перечисленных выше?
2. Сопоставьте заголовки качественного и массового издания (газеты или журнала).

3. Рассмотрите и прокомментируйте заголовки новостной полосы популярного еженедельника.
4. Определите типы заголовков, использованных при оформлении тематического разворота (пример взять из текущей периодики).

Экзаменационные вопросы

1. Термин «заголовок» и его содержание.
2. Многообразие точек зрения на функции заголовка.
3. Графически-выделительная функция заголовка.
5. Номинативная (назывная, сигнальная) функция заголовка.
6. Рекламная функция заголовка.
7. Суть информативной функции заголовка.
8. Оценочно-экспрессивная функция заголовка.
9. Реализация интегративной функции заголовка.
10. Композиционная функция заголовка (архитектоническая).
11. Альтернативные подходы отечественных исследователей к функциям заголовка.
12. Заголовок в структуре текста газеты.
13. Понятие заголовочного комплекса.
14. Обязательные и факультативные компоненты заголовочного комплекса.
15. Понятие хэдлима.
16. Соотношение понятий заголовок / подзаголовок / хэдлайн / лид.
17. Заголовки публикаций разных типов и жанров.
18. Статус заголовка в системе макротекста СМИ.
19. Диффузность как дополнительное свойство заголовка.
20. Социокультурная контекстность как специфическая особенность заголовков.
21. Заголовки в сетевых СМИ.
36. Понятие интертекстуальности как элемента заголовка.
37. Теория прецедентности и заголовочный комплекс СМИ.
38. Прагматингвистические особенности заголовков СМИ.
39. Основные виды речевого воздействия в заголовках и заголовочных комплексах.
40. Графические средства воздействия в заголовках.
41. Потенциал фонетических средств воздействия в заголовках.
42. Использование лексических средств воздействия в заголовках.
43. Инструменты речевого воздействия в заголовках на синтаксическом уровне.
44. Понятие языковой игры. Языковая игра в заголовках.
45. Уровни реализации языковой игры в заголовочных элементах издания.
46. Недостатки игровых заголовков.
48. История развития знания о заголовке медиатекста.
49. Специфика новообразований в контексте газетного заголовка.
50. Лингвосоциокультурное моделирование заголовков журналистских произведений: авторский подход В.В. Богуславской.
51. Система рубрик в газете. Заголовки рубрик и подрубрик.
52. Семантика заголовка.
53. Синтактика заголовка.
54. Прагматика заголовка.
55. Модели заголовков в текстах информационных агенств.
56. Заголовок-констатация.
57. Заголовок-резюме или комментирующий заголовок.
58. Составные заголовки.
59. Заголовок-парадокс.
60. Заголовок-цитата (с указанием источника и без указания на него).
61. Частичное и косвенное цитирование в заголовках.

62. Заголовок-обращение и заголовок-призыв.
63. Заголовок-восклицание и заголовок-вопрос. Роль знаков препинания в построении заголовков.
64. Заголовок и подзаголовок: уровни взаимодействия.
65. Журналистская афористика в сильной позиции текста.
66. Репортажные заголовки.
67. Модель конструирования новостного заголовка.
68. Задачи заголовочного комплекса издания.
69. Современные тенденции формирования заголовков в медиа.
70. Явление кликбейта в СМИ.