

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Панарин Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.06.2025 18:34:11

Уникальный программный ключ:

a5da3d9896e9d53580e3f9a7da4892154ef8502



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«Московский психолого-социальный университет»

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)

Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

Международный институт консультативной психологии, психоанализа и
нейропсихологии

**Фонд
оценочных средств**

по дисциплине: «Язык и речь современных медиа»

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Москва

2026 год

Лист согласований

Фонд оценочных средств дисциплины «Язык и речь современных медиа» предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры организационной психологии и психологии труда

протокол № 6 от «25» декабря 2025 г.

зав. кафедрой
и психологии труда



организационной психологии
Небродовская-Мазур Е.Ю.

**1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы
ПК-1.1; ПК-1.2, ПК-1.3**

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>

**Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства).
Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.**

2.1. ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

2.2. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
--------------------	-------------------------------	-----------------------------

Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

2.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

2.3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 1. Медиатекст - это... А. текст субтитров в передачах для людей с ограниченными возможностями Б. текст - инструкция по использованию техники В. текст синхронного перевода в театральных постановках Г. сообщение в любом виде и жанре медиа 2. Выберите функцию, не имеющую отношения к медиакультуре: А. позиционная Б. посредническая	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных	Базовый 1-3 минуты

В. развлекательная Г. коммуникативная 3. Отечественными авторами под медиакомпетентностью понимаются имеющиеся у индивида знания и умения, которые позволяют ему: А. вводить в действие отдельные блоки медиааппаратуры Б. оптимально размещать технические средства в любом учебном помещении В. анализировать сложные процессы функционирования медиа в обществе Г. владеть информацией о технических устройствах для создания мультимедийных спецэффектов 4. Категориями медиа называют: А. различные виды, формы и жанры медиатекстов Б. различные части медиааппаратуры В. ценовой диапазон стоимости медиатехники Г. различные медиаагентства 5. Медиакультурой называется: А. способность человека корректно общаться с пользователями в сети Интернет Б. исторически определенная система воспроизводства и функционирования материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа в социуме В. умение пользоваться различными лицензионными программными продуктами Г. культура создания, сохранения и распространения медиатекстов 6. Медиавосприятие – это: А. изучение технических характеристик медиатехники Б. восприятие виртуальных объектов в процессе работы на персональном компьютере В. восприятие медиатекстов любых видов и жанров Г. понимание специальных медицинских терминов 7. Языком медиа называется: А. стандартный язык разметки документов в сети Интернет (HTML) Б. общение в социальных сетях В. любое кодирование информации Г. комплекс выразительных средств и приемов, используемых при создании конкретных медиатекстов 8. Медиакомпетентность – это: А. способность человека к восприятию, интерпретации, оценке, созданию и передаче медиатекстов различных видов и жанров	кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	
---	---	--

Б. способность человека понимать технические характеристики электронных средств В. способность человека вращаться в виртуальном пространстве Г. способность человека к компетентному обращению с техникой разных видов 9. Выберите ложное утверждение: А. суть теории «потребления и удовлетворения» в области медиакультуры заключается в активном отборе аудиторией медиатекстов, удовлетворяющих ее запросам Б. средства массовой коммуникации – технические средства создания, копирования, хранения, распространения, обмена информацией между автором и аудиторией В. к экранным искусствам относятся аудиовизуальные искусства, основанные на экранной форме воспроизведения действительности Г. критическая автономия в области медиакультуры – полная независимость суждений о медиатексте, абсолютное несовпадение собственного мнения с суждениями других людей 10. Ученый, первым обосновавший теоретическую концепцию «глобальной деревни» по отношению к медиа: А. Л. Мастерман Б. М. Маклюен В. Дж. Гриссруд Г. Э. Харт		
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 11. Фабула медиатекста – это: А. сюжетная схема медиатекста Б. фрагмент медиатекста без пролога и эпилога В. пересказ сюжета вслух перед аудиторией Г. аудиовизуальный ряд медиатекста 12. Под медиарепрезентацией понимают: А. публичное представление нового медиатекста с целью его возмездной реализации Б. разнообразные виды и формы представления через систему знаков и символов В. выступление авторов медиатекста в СМИ Г. представление новых технологий создания медиатекста 13. Выберите термин, не имеющий отношение к теории медиакультуры: А. репрезентация Б. аудитория В. толерантность	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и	Повышенный 3-5 минут

Г. категория. 14. Выберите ошибочное утверждение: А. творческая деятельность, основанная на образных обобщениях и эмоционально-смысловом соотнесении частей экранного текста, называется аудиовизуальным мышлением Б. коллаж – использование разных по стилю объектов, фактур в одном медиатексте В. агентством медиа называют совокупность технических средств, людей, создающих и распространяющих медиатексты Г. все средства массовой коммуникации могут быть использованы для процесса обучения 15. Первым этапом в логике создания аудиовизуального медиатекста является: А. съемочный процесс Б. замысел В. сценарий Г. заявка 16. Выберите умения, не имеющие отношения к медиакультуре: А. селективные Б. кинестетические В. перцептивные Г. аналитические 17. Выберите теорию медиакультуры, которая основана на предположении об ограниченном влиянии медиа на людей: А. культурологическая теория Б. инъекционная теория В. теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории Г. социокультурная теория 18. Манипулятивным воздействием обладает: А. технология аудиовизуального монтажа Б. эффект 25-го кадра В. оформление медиапедагогической теории Г. система способов и приемов воздействия на сознание аудитории с целью навязывания каких-либо идей или введения в заблуждение 19. Медиатекст принадлежит: А. сфере СМИ Б. сфере книгоиздательской деятельности 20. Медиатекст можно рассматривать как фрагмент медиапотока: А. да Б. нет	философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	
--	--	--

Закончите предложения: СМИ объединяются и как особый тип коммуникации, который можно охарактеризовать как дистантный, ретивальный (передача сообщения неизвестному и неопределённому количественно получателю информации), с индивидуально- коллективным субъектом (под этим подразумевается не только соавторство, но и, например, общая позиции газеты, теле- или радио канала) и представляет собой приём текстообразования, заключающийся в соотношении создаваемого текста с каким-либо прецедентным фактом – литературным или историческим ФункцияСМИ неслучайно называют «четвёртой властью»: их влияние на взгляды и поведение людей очевидно, особенно в периоды так называемых инверсионных изменений общества или во время проведения массовых социально-политических акции, например, в ходе всеобщих выборов главы государства Функция.....речь здесь идёт не просто о развлекательной информации, но и о том, что любая информация воспринимается с большим положительным эффектом, когда сам способ её передачи вызывает чувство удовольствия, отвечает эстетическим потребностям адресата	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	Высокий 5-10 минут
---	---	---

Темы для докладов

1. Место СМИ в системе функциональных стилей.
2. Язык СМИ в аспекте устной и письменной речи.
3. Особенности функционирования языка в Интернете.
4. Особенности веб-коммуникативного акта.
5. Виртуальные условия функционирования языка
6. Основные категории медиатекста.
7. Классификация медиатекстов.
8. Жанры медиатекстов.
9. Специфика автора и адресата медиатекста.
10. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
11. Методы изучения медиатекстов: контент-анализ и другие.
12. Композиционные структурные, языковые особенности медиатекстов.
13. Заголовок в сетевых СМИ.
14. Понятие о типе текста. О различных классификациях типов текстов. Виды информации и функционально-смысловые типы изложения.
15. Интертекстуальность («текст в тексте»).
16. Понятие гипертекста. Его признаки.
17. Жанры и специфика речевой веб-коммуникации.
18. Типология жанров.
19. Особенности информационного поля современных СМИ.
20. Особенности языка сетевых СМИ.

21. Особенности языка интернет-издания.
22. Основные жанры, в которых используется медитатекст.
23. Жанровое своеобразие электронных медиа.

2.3.2. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 21.К особенностям (свойствам) медиатекста не относится: А. корпоративный характер производства Б. динамический характер В. специфика средств создания Г. многоплановость, многомерность 22. Фоновые знания это: А. фонд знания автора Б. фонд знаний автора и аудитории (адресата), обеспечивающий адекватное восприятие текста В. общее содержание информации в медиапотоке 23. Отметьте несоответствующее (ошибочное) определение: А. Объяснение – ориентация на образование представлений, текст-объяснение занимается формированием понятий Б. Описание — это перечисление признаков, свойств предмета, текст-описание занимается предметом В. Рассуждение — рассказ о событиях во временной последовательности, текст-рассуждение занимается действием Г. все определения верны 24. СМИ - среда функционирования медиатекста. А. Утверждение справедливо Б. Утверждение не справедливо 25. Термин медиатекст появился в англоязычной научной литературе: А. в 60-е годы XX века Б. в 70-е годы XX века В. в 80-е годы XX века Г. в 90-е годы XX века 26. Язык СМИ может быть назван особой знаковой системой смешанного типа с определенным соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации: печати, радио, телевидения, Интернета, формирующим креолизованные тексты: А. да Б. нет	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	Базовый 1-3 минуты

27. Высказывания, которые передают фактологическую и концептуальную информацию: А. верификативные Б. информативные В. аналитические Г. новостные 28. К основным типам медиатекстов не относится: А. новости Б. пародия В. информационная аналитика Г. реклама 29. К специфическим признакам медиатекстов относятся: А. массовость Б. медийность В. семиотическая интегративность Г. интертекстуальная открытость Д. все ответы верны 30 Типология медиатекстов осуществляется с опорой на восемь категорий: канал связи, институциональный тип текста, типологические характеристики издания или канала, адресант, адресат, код, функционально-жанровая принадлежность текстов, тематическая доминанта А. верно Б. неверно		
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 31. Признаками современной массовой культуры распространения и потребления медиатекстов НЕ являются (выберите неверный набор): А. производство «на поток», одноразовость, невоспроизводимость Б. стандартизованность, сиюминутность, быстротечность информации В. точность, логичность, последовательность, связность информации Г. клиповость восприятия, некритическое восприятие информации, поверхностность 32. Медийность, как свойство текста означает: А. опосредованность качественных характеристик текста техническими возможностями передающего канала Б. зависимость семиотической организации текста от форматных свойств каналов В. смешанный характер текстов — вербально-невербальных, вербально-визуальных, креолизованных, поликодовых	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн-	Повышен ный 3-5 минут

Г. интеграция в единое семиотическое целое разные знаковые системы 33. К важной характеристике медиатекста относят особый характер обратной связи, под которым понимают: А. ограниченный, минимизированный характер связи с аудиторией Б. отложенный во времени и пространстве характер связи с аудиторией В. имеющий имитационный характер (например, «массовка» на телевидении) Г. все варианты верны 34. Специфика медиатекста определяется внешними условиями его существования, к которым НЕ относится: А. особый тип и характер информации, транслируемой средством массовой информации Б. одноразовость, невоспроизводимость информации В. коллективное производство медиатекста Г. опосредованность общения и особый характер обратной связи Д. значимость технических средств, посредством которых транслируется сообщение Е. экономический фактор, определяющий идеологию издания, влияющий на его содержание и технологическое воплощение 35. Объективная классификация медиатекстов НЕ включает типологизацию: А. по способу производства текста (авторский и коллегиальный) Б. по институциональному типу текста (журналистский текст, рекламный текст, PR-текст) В. по форме создания медиатекста Г. по каналу распространения (печать, радио и телевидение, Интернет) Д. по функционально-жанровому типу текста (новости, интервью, реклама) Е. по тематической доминанте Ж. форма воспроизведения (устная, письменная) 36. Автор, производитель медиатекста: А. адресант Б. адресат В. заказчик Г. коммуникант 37. Интернет-коммуникация по своим характеристикам... А. одномерна Б. многомерна В. двумерна	и онлайн-среде	
--	-----------------------	--

38. Система из текстовых страниц, имеющих перекрестные ссылки – это... А. текст Б. статья В. гипертекст Г. справочник 39. Характерная особенность интернет-общения: А. невысокая скорость ответа Б. отсутствие обратной связи В. интерактивность 40 Для языка СМИ характерно: А. повышение темпа речи Б. ослабление речевой редукции В. «полное» произнесение слов Г. все ответы верны		
Определите стиль следующего отрывка Кейс 1 Подберите примеры различных форм представления авторства (: личностная, личностно-безличностная, безличностная). Кейс 2 Изучив современные периодические издания, выберите авторов, обладающих индивидуальным слогом. Аргументируйте свой выбор. Кейс 3 Составьте сценарий специального события. Опишите какие медиатексты будут использоваться для информирования общественности об этом событии. Кейс 4 Проанализируйте основные нормы информационного законодательства при работе с медиатекстами в интернете	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн-и онлайн-среде	Высокий 5-10 минут

2.3.3. Вопросы промежуточной аттестации, формирование компетенций ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

1. Заголовки и их роль в современных медиатекстах. Основные требования к разработке заголовочных форм.
2. Специфические функции заголовков. Речевые приемы в заголовках и их характеристика.
3. Заголовок как неотъемлемая составляющая в современных газетных и журнальных текстах.
4. Особенности заголовка, как первого элемента публикации. Отличия газетных и

- журнальных заголовков. Типы заголовков публикаций и их характеристика.
5. Интернет как форма и ресурс сетевой массовой коммуникации. Универсальные и специфические характеристики интернета как формы и ресурса сетевой массовой коммуникации.
 6. Виды медиатекстов в интернете. Функции медиатекстов в интернете.
 7. Методология изучения медиатекстов. Функции и задачи исследования медиатекстов.
 8. Основные разновидности методов изучения медиатекстов и их характеристика. Контент-анализ как базовый метод исследования медиатекстов: этапы, принципы, процедура контент-анализа.
 9. Определение и структурные составляющие категории «публичная речь». Структура и параметры публичной речи.
 10. Основные отличия публичной речи от других видов речи. Информационный подстиль как основной инструмент в публичной речи и его характеристика.
 11. Определение категории «заимствование», применительно к медиатекстам. Внутренние и внешние заимствования в медиатекстах. Положительные и отрицательные стороны заимствований в медиатекстах.
 12. Активные процессы словообразования в русской семантике, фонетике, орфографии, словообразовании и их характеристика.
 13. Основные качества языка современных СМИ. Приемы и способы совершенствования качеств медиатекста.
 14. Соотношение письменной речи с качествами языка СМИ. Соотношение устной речи с качествами языка СМИ.
 15. Основные подходы к классификации медиатекстов. Типология жанров медиатекстов. Информационные, аналитические и художественно-публицистические тексты и их особенности. Принципиальные различия жанров медиатекстов.
 16. Основные современные категории медиатекста. Классификация видов медиатекстов по различным основаниям.
 17. Жанры медиатекстов. Основные составляющие медиатекста и их характеристика.
 18. Основные характеристики языка массовой прессы и его отличия от языка деловой прессы. Композиционные особенности газетных и журнальных текстов.
 19. Структурные особенности газетных и журнальных текстов. Языковые особенности газетных и журнальных текстов.
 20. Особенности звучащего текста в публичной речи. Отличия звучащего текста от письменного текста.
 21. Принципы редактирования звучащего текста. Специфика редактирования текста для выступления руководителя перед представителями СМИ.
 22. Особенности и составляющие системы функциональных стилей речи. Место и функции СМИ в системе функциональных стилей.
 23. Функции языка в средствах массовой информации и их характеристика. Основные проблемы «чистоты» языка в СМИ.
 24. Особенности медиатекстов электронных СМИ. Особенности телевизионной передачи как медиатекста и ее функции.
 25. Особенности радиоречи и принципы ее построения. Инструменты, применяемые для организации радио- и телевизионной речи.
 26. Особенности современного медиатекста с точки зрения творчества. Творческие функции медиатекста.
 27. Творческий аспект создания медиатекста для освещения специального события и

его характеристика. Составляющие творческой работы над созданием медиатекста.

28. Особенности экспрессии языка СМИ. Экспрессивные средства в языке современной газеты и их разновидности.
29. Культурно-речевая оценка экспрессивных средств современной газеты. Характеристика тенденций использования экспрессивных средств в печатных СМИ.
30. Особенности языковых приемов в СМИ. Виды языковых приемов. Функции языковых приемов и их характеристика.
31. Специфические черты языковых приемов, формирующих демократическую идеологию (на примере качественной российской прессы).
32. Понятие «информационный повод» в деятельности современных СМИ. Виды информационных поводов. Особенности процесса разработки информационных поводов.
33. Методы разработки информационных поводов и их характеристика.
34. Проблемы и направления взаимодействия классических СМИ и интернет-ресурсов. Содержание понятия «конвергенция» и тенденции конвергенции в СМИ.
35. Особенности и этапы процесса интеграции интернет-СМИ и классических печатных СМИ.
36. Психолингвистика как наука и практическая технология воздействия с помощью языка. Основные функции психолингвистики.
37. Виды психолингвистических приемов в современных медиатекстах. Форматы использования психолингвистических приемов.
38. Содержание категории «идеология» в современной коммуникативистике и медиакультуре.
39. Типы идеологий в XX и XXI веках и их характеристика. Особенности и инструменты отражения идеологии в медиатекстах. Основные принципы, формы и инструменты пропаганды.
40. Содержание категории «интертекстуальность» в медиалингвистике. Характеристика интертекстуальности как обязательной категории медиатекста. Функции интертекстуальностимедиатекстов. Языковые приемы создания интертекстуальностимедиатекстов.
41. Содержание категории «медиатекст» в коммуникативистике. Основные виды медиатекстов и их типология.
42. Принципы разработки медиатекста и их характеристика. Способы встраивания медиатекста в структуру специального события/мероприятия.
43. Содержание категории «сетевые СМИ». Основные отличительные характеристики интернет-изданий.
44. Виды интернет-изданий и их классификация. Особенности и стилевые характеристики языка интернет-издания.
45. Содержание понятий «миф» и «мифологизация текста» в медиалингвистике. Основные характеристики и функции мифологизациимедиатекстов.
46. Особенности процесса мифологизациимедиатекстов в современных СМИ. Инструменты мифологизациимедиатекстов и их характеристика.
47. Содержание понятия «спичрайтинг» и его характеристика. Особенности спичрайтинга как направления работы PR-специалиста.
48. Функции спичрайтинга и их характеристика. Основные инструменты спичрайтинга для PR-специалиста.

49. Содержание понятия «удельный вес» медиатекста. Основные формы медиатекстов. Функции медиатекстов и их характеристика.
50. Специфические особенности медиатекста в функционально-прагматическом аспекте.
51. Содержание понятия «язык СМИ» и его особенности. Основные функции языка СМИ. Специфические характеристики языка СМИ в аспекте устной и письменной речи.
52. Связь внутренних законов языка с устной и письменной речью.
53. Создание медиатекста как процесс. Этапы разработки и создания медиатекста и их характеристики.
54. Последовательность этапов создания медиатекста. Особенности замысла и финального редактирования медиатекста.
55. Составляющие организационной работы по созданию медиатекста. Этапы организационной работы по созданию медиатекста и их характеристика. Организационный аспект создания медиатекста для освещения специального события. Творческий аспект создания медиатекста.
56. Специальное событие как разновидность медиатекста: его основные составляющие.
57. Место специального события в структуре медиапродукции. Основные функции специального события и их характеристика. Этапы разработки сценария специального события.
58. Специфика средств массовой коммуникации как зеркала поп-культуры. Содержание категории «поп-культура» в медиалингвистике.
59. Основные принципы ответственности СМИ за речевой этикет нации. Основные проблемы, связанные с соблюдением в СМИ речевого этикета.
60. Специфика текстообразования в текстах медиа. Закономерности текстообразования в медиатекстах и их характеристика.
61. Основные элементы процесса текстообразования. Отличия текстообразования в медиатексте от других видов текстов.
62. Спичрайтинг как направление деятельности в PR и его характеристика. Особенности составления речи для выступления руководителя.
63. Технологии составления речи для выступления руководителя. Основные отличия спичрайтинга от копирайтинга.
64. Сценарий специального события как ядро special-event. Функции сценария специального события и их характеристика.
65. Нормы и принципы составления сценария специального события. Этапы составления сценария специального события.
66. Участники процесса создания и восприятия медиатекста и их характеристика. Специфика роли автора и роли адресата в процессе создания медиатекста.
67. Адресат медиатекста как активный субъект его потребления и его функции. Принципы взаимодействия автора и адресата.
68. Цели психолингвистики в современных медиа. Функции психолингвистики в современных медиа.
69. Разновидности приемов воздействия на аудиторию в современных медиатекстах. Инструменты использования психолингвистических приемов воздействия на аудиторию в медиатекстах.
70. Цитата как элемент современного медиатекста. Основные функции цитат и их характеристика.
71. Способы размещения цитат в современном медиатексте. Основные виды

цитирования и их принципиальные отличия.

72. Этапы развития психолингвистики как науки. Ее отличия от нейролингвистического программирования.
73. Содержание категории «медиа манипуляция» и ее составляющие. Технологии использования психолингвистических приемов в современных медиатекстах.
74. Язык как инструмент средств массовой информации. Соотношение категорий «язык» и «информационная картина мира».
75. Роль и функции языка в становлении информационной картины общества и мира. Основные коммуникативные каналы распространения языковых норм.
76. Язык СМИ и его соответствие языковым нормам русского языка. Содержание понятия «языковая норма» в медиалингвистике.
77. Особенности процесса эволюции языка СМИ и ее этапы. Последствия эволюции языка СМИ для будущих поколений.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Экзамен ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче экзамена - это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к сдаче экзамена обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к экзамену, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к экзамену обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) экзамена. Экзамен проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный	1 «Отлично» Приводит точные определения основных понятий, правильно раскрывает содержание категорий. Доказательно объясняет закономерности развития, раскрывает причинно-следственные связи Демонстрирует полную самостоятельность суждений по отдельным проблемам Аргументирует авторскую позицию в полной мере Раскрывает на примерах изученные теоретические положения Демонстрирует глубокие и прочные знания в системе междисциплинарных связей Правильно раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью 2.«Хорошо» Допускает некоторые неточности при определении основных понятий и раскрытии

		материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.	содержания категорий. Допускает незначительные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных связей. Демонстрирует значительную самостоятельность суждений по отдельным проблемам. Аргументирует авторскую позицию в значительной степени. Допускает ошибки в примерах по изученным теоретическим положениям. Допускает неточности при интеграции знаний из междисциплинарных областей. Допускает некоторые неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью. Допускает существенные неточности или использует недостаточно правильные формулировки основных категорий. 3.»Удовлетворительно» Допускает существенные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных. Связей. Демонстрирует частичную самостоятельность суждений по отдельным проблемам.. Слабо аргументирует авторскую позицию. Испытывает затруднения при иллюстрации примерами теоретических положений. Испытывает затруднения при интеграции знаний из междисциплинарных областей. Допускает существенные неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью 4. «Не удовлетворительно» Не раскрывает содержания категорий. Отсутствует объяснение закономерностей развития, раскрытие причинно-следственных
--	--	--	--

			связей. Суждения по отдельным проблемам отсутствуют. Аргументация отсутствует. Примеры отсутствуют. Не использует знания из междисциплинарных областей. Не раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью
2.	Тестирование ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	«отлично» - процент правильных ответов = > 80%; «хорошо» - процент правильных ответов = > 65%; «удовлетворительно» - процент правильных ответов = > 50%; «неудовлетворительно» - процент правильных ответов < 50%.

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО МПСУ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО «МПСУ» и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде экзамена в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к экзамену в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на экзамене определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и

активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает:

- соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля;
- валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить);
- дифференциацию контрольно-измерительных материалов.

Формы контроля самостоятельной работы:

- просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем;
- организация самопроверки,
- взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии;
- проведение письменного опроса;
- проведение устного опроса;
- организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой;

	• защита отчетов о проделанной работе.
Опрос	Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.
Коллоквиум	Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках поставленной цели решаются следующие задачи: • выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала; • развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей; • расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся; • развитие навыков обобщения различных литературных источников; • предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу. В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление: • качества лекционного материала; • сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций; • сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий; • об уровне самостоятельной работы учащихся; • об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения; • степени эрудированности учащихся; • степени индивидуального освоения материала конкретными обучающимися. В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление: • об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы; • недостатках самостоятельной проработки материала; • своем умении излагать материал; • своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения. В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его

	соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.
Тестирование	Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме: • компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности; • письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов. Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамена – это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать экзамен. При подготовке обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка включает в себя три этапа: • самостоятельная работа в течение семестра; • непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; • подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах) зачёта. Для успешной сдачи экзамена обучающиеся должны принимать во внимание, что: • все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; • указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; • семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, успешной сдаче экзамена; • готовиться к экзамену необходимо начинать с первой лекции и первого семинара.

Составитель: Матвеева Инна Петровна, канд. социол. наук, доцент кафедры организационной психологии и психологии труда



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский психолого-социальный университет»
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

Международный институт консультативной психологии, психоанализа и
нейропсихологии

КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине:

«ЯЗЫК И РЕЧЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Форма обучения: очная

Москва
2026 год

ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

1. В
2. А
3. Б
4. В
5. В
6. А
7. Б
8. В
9. А
10. В
11. А
12. Б
13. Б
14. В
15. Б
16. Г
17. Г
18. Г
19. А
20. Г
21. А
22. В
23. Б
24. Г
25. Г
26. Б
27. Г
28. В
29. Д
30. В
31. А
32. Б
33. А
34. Е
35. Ж
36. Б
37. А
38. В
39. А
40. В

