

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Высшая школа (факультет) телевидения



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Наименование дисциплины (модуля):

Язык и речь современных медиа

Уровень высшего образования:
Магистратура

Направление подготовки (специальность):
42.04.04 – «Телевидение»
Магистерская программа «Телепроизводство и телевидение»
Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании Ученого Совета Высшей школы (факультета) телевидения
(протокол №7, 30.08.2023)

Москва 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ имени М.В.Ломоносова образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.04.04 Телевидение (программ магистратуры), утвержденным приказом «Об утверждении образовательного стандарта МГУ имени М.В.Ломоносова» № 1037 от 30.08.2019 г. (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 21 декабря 2021 года № 1404, от 29 мая 2023 года № 2).

Год (годы) приема на обучение: 2022, 2023.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Дисциплина «Язык и речь современных медиа» реализуется в рамках курса по выбору программы магистратуры. В качестве промежуточной аттестации по дисциплине предусмотрен экзамен в 3-м семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ПК-2; МПК-1; МПК-3 определяется в период государственной итоговой аттестации.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть).

Дисциплина «Язык и речь современных медиа» относится к курсам по выбору, изучается в 3 семестре на 2 курсе и опирается на теоретические и практические основы ранее пройденных дисциплин в бакалавриате.

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотношенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Код и описание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
<p>ПК-2</p> <p>Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в соответствии со стандартами и требованиями телевидения и других экранных масс-медиа и координировать редакционный процесс.</p>	<p>Знает: редакторскую деятельность любого уровня сложности в соответствии со стандартами и требованиями телевидения и других экранных масс-медиа.</p> <p>Умеет: приводить разноформатный материал в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями, принятыми на телевидении и задачами конкретного СМИ.</p> <p>Владеет: навыками редактирования аудиовизуального материала, поступающего от разных членов творческой группы, контроля качества поступающего в редакцию материала,</p>	<p>ПК-2.1. Способен редактировать аудиовизуальный материал, поступающий от разных членов творческой группы</p> <p>ПК-2.2. Приводит разноформатный материал в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями, принятыми на телевидении и задачами конкретного СМИ</p> <p>ПК-2.3. Контролирует качество поступающего в редакцию материала, систематизирует его в</p>

	<p>систематизации его в соответствии с жанрами телевизионных программ.</p>	<p>соответствии с жанрами телевизионных программ</p>
<p>МПК-1 Способен видеть перспективы развития телепроизводства и телевидения как средства массовой информации и как вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте</p>	<p>Знает: особенности развития телепроизводства и телевидения как средства массовой информации и как вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте</p> <p>Умеет: практически применять знания и умения видения перспектив развития телепроизводства и телевидения как средства массовой информации и как вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте</p> <p>Владеет: навыками видения перспектив развития телепроизводства и телевидения как средства массовой информации и как вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте</p>	<p>МПК-1.1. Применяет знания в области видения перспектив развития телепроизводства и телевидения как средства массовой информации и как вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте</p> <p>МПК-1.2. Применяет умения в области видения перспектив развития телепроизводства и телевидения как средства массовой информации и как вида искусства в широком гуманитарном и культурном контексте</p>
<p>МПК-3 Способен к практическому применению знаний и умений в области организации и продюсирования телепроизводства и телевидения</p>	<p>Знает: особенности практического применения знаний и умений в области организации и продюсирования телепроизводства и телевидения</p> <p>Умеет: практически применять знания и умения в области организации и продюсирования телепроизводства и телевидения</p> <p>Владеет: навыками практического применения знаний и умений в области организации и продюсирования телепроизводства и телевидения</p>	<p>МПК-3.1. Применяет знания в области организации и продюсирования телепроизводства и телевидения</p> <p>МПК-3.2. Применяет умения в области организации и продюсирования телепроизводства и телевидения</p>

социального взаимодействия.									
Понятие «медиа-текст». Базовые характеристики медиатекстов.	18	4			10	14	4	4	Практические задания
Композиционные структурные, языковые особенности газетных текстов	20	4			10	14	6	6	Практические задания
Особенности языка радио, телевидения и интернет-коммуникаций.	20	6			10	16	4	4	Практические задания
Средства массовой информации и культура общества	22	6			10	16	6	6	Практические задания
Язык СМИ в моделировании идеологической картины мира	20	6			10	16	4	4	Практические задания
Язык масс-медиа как средство психологического воздействия.	20	6			8	14	6	6	Практические задания
Экзамен	4				4	4			
Итого	144	36			72	108	36		

Краткое содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия

Место СМИ в системе функциональных стилей. Наука о средствах массовой информации. Предмет, задачи, теоретические основы дисциплины. Функции языка СМИ. Основные аспекты изучения языка СМИ: семиотический, психолингвистический, когнитивный, социологический, культурологический, риторический.

Публицистический стиль, его особенности. Структура и параметры публицистической речи. Информационный подстиль*. Роль общественно-политической терминологии.

Язык СМИ в аспекте устной и письменной речи. Связь внутренних законов языка с устной и письменной речью*. Соотношение письменной и устной речи с языком СМИ.

Политический дискурс. Интерпретация политического дискурса в СМИ. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса. Политическая метафора.

Тема 2. Понятие «медиа-текст». Базовые характеристики медиатекстов.

Основные категории медиа-текста. Основные современные категории медиа-текста. Классификация медиатекстов. Жанры медиатекстов. Медиа-текст в функционально-прагматическом аспекте.

Специфика автора и адресата медиатекста. Адресат медиатекста. Удельный вес медиатекста*. Медиатекст и закономерности текстообразования в медиатексте. Этапы разработки и создания медиатекста. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста. Функции питат в медиатексте*. Методы изучения медиатекстов: контент-анализ и другие.

Тема 3. Композиционные структурные, языковые особенности газетных текстов

Язык печати. Композиционные структурные, языковые особенности газетных текстов. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка.

Типология жанров: информационные (хроника, заметка, репортаж, интервью и т.д.), аналитические (статья, корреспонденция и т.д.) и художественно-публицистические (эссе, очерк, фельетон, рецензия и т.д.).

Заголовки в современных газетных и журнальных текстах*. Типы заголовков. Современные требования к заголовочным формам. Речевые приемы в заголовках.

Тема 4. Особенности языка радио, телевидения и интернет-коммуникаций

Особенности языка радио и телевидения. Слово в российском телеэфире. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. Современное радио России. Современные исследования о специфике языка теле- и радионОВОСТЕЙ*. Принципы организации радио- и телевизионной речи. Телеинтервью и его виды*. Использование различных видов диалога на телевидении.

Компьютерные средства массовой информации. Универсальные и специфические характеристики интернета как формы коммуникации. Проблемы взаимодействия СМИ и интернет-коммуникаций. Интернет-издания. Особенности языка интернет-издания.

Тема 5. Средства массовой информации и культура общества

Язык СМИ и языковая норма. Языковая эволюция языка СМИ. Внутренние и внешние взаимодействия. Активные процессы в семантике, фонетике, орфографии, словообразовании. СМИ и речевой этикет нации. Средства массовой коммуникации как зеркало культуры.

Связи с общественностью как разновидность массовой (публичной, деловой) коммуникации. Цели PR-коммуникации. Специфика подготовки текстов в системе публич рилейшнз. PR-текст как разновидность медиа-текста. Отличие PR-текста от рекламного и журналистского текста*. Адресанты и адресаты PR-текстов. Виды PR-текстов: аналитические и новостные тексты, первичные и вторичные тексты, единичные и комплексные тексты и т.д. Систематизация текстов по фактору адресанта. Систематизация по фактору адресата. Тесты для СМИ. Тексты для корпоративных коммуникаций. Тексты для массовой аудитории. Систематизация по модели взаимодействия коммуникантов*. Язык и стиль PR-текстов. Структура, лексика, синтаксис, система аргументации PR-текста. Правила написания текстов в публич рилейшнз.

Тема 6. Язык СМИ в моделировании идеологической картины мира

Язык СМИ и его роль в становлении информационной картины общества и мира.

Понятие «идеология» в современном гуманитарном знании. Типы идеологий в XX и XXI вв. Основное средство идеологии любого типа. Языковые приемы в тоталитарной идеологии (на примере гитлеровской Германии). Языковые приемы в СМИ, которые использует идеологию (на примере качественной российской прессы).

Тема 7. Язык масс-медиа как средство психологического воздействия.

Язык масс-медиа как многоуровневая система отражения мифа.

Понятие *психолингвистика*. Ее цели и задачи. Этапы развития психолингвистики как науки. Ее отличие от НЛП. Функции психолингвистики в современных медиа. Языковое выражение психолингвистических приемов в современных медиатекстах (на примере политических текстов СМИ).

Понятие мифа. Система мифов. Их характеристика. Функции мифа. Миф как коммуникативная и идеологическая система в обществе. Язык как основное средство построения мифа. Языковые особенности мифологизации в прессе (на различных примерах новейших медиа)*.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

Практические задания для выполнения на аудиторном занятии в ходе текущей аттестации в первом месяце семестра:

1. Проведите письменный анализ радио- или телеинтервью (тема, цели, вопросы/ответы, качество вопросов/ответов, стиль).
2. Проведите самостоятельное составление собственного краткого словаря основных терминов в области языка СМИ;
3. Проведите самостоятельный поиск и анализ практических интерпретаций типовых проблем, связанных с языком СМИ.
4. Выступите с презентацией на одну из заданных тем (заранее подготовьте к устному выступлению в ходе самостоятельной внеаудиторной работы)

Тематика индивидуальных устных выступлений с презентацией для представления на аудиторном занятии в ходе текущей аттестации в первом месяце семестра:

1. Язык масс-медиа в социополитической рамке общества.
2. Язык масс-медиа как инструмент политической власти.

3. Язык масс-медиа и теория герменевтики.
4. Язык масс-медиа в культурной коммуникации. Концепты языка и культуры в контексте текстов медиа.
5. Язык СМИ как вид дискурсивной деятельности. Метафора в дискурсивном анализе.
6. Лингвистическая экспертиза текстов СМИ с позиции (а) содержания, (б) структуры и (в) языка.
7. Роль общественно-политической терминологии в области современных СМИ.
8. Аналитизм в русской речи и его проявление в речи СМИ.
9. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса.
10. Современное радио России.

Практические задания для выполнения на аудиторном занятии в ходе текущей аттестации во втором месяце семестра:

1. Напишите аналитическую статью на актуальную социально-политическую тему.
 2. Проанализируйте 4 любых рекламных сообщения и выявите какие мотивы и стили в них использованы. Объясните почему.
- Докажите свою точку зрения.
3. Составьте бэкграундер и байлайнер на любую тему.
 4. Охарактеризуйте структуру простой хрии в рассуждении.
 5. Составьте краткую речь руководителя компании перед сотрудниками по случаю открытия нового филиала компании.
 6. Составьте план речи политика на первомойской демонстрации.
 7. Составьте основные тезисы речи руководителя для выступления на брифинге перед журналистами по вопросам кризисной ситуации.

Тематика индивидуальных устных выступлений с презентацией для представления на аудиторном занятии в ходе текущей аттестации во втором месяце семестра:

1. Наука о средствах массовой информации. Функции языка СМИ.
2. Основные аспекты изучения языка СМИ: семиотический, психолингвистический, когнитивный.
3. Основные аспекты изучения языка СМИ: социологический, культурологический, риторический.
4. Публицистический стиль, его особенности. Информационный подстиль.
5. Соотношение письменной и устной речи.
6. Интерпретация политического дискурса в СМИ. Политическая метафора.
7. Типология жанров: информационные, аналитические, художественно-публицистические.
8. Заголовки в современных газетных и журнальных текстах.
9. Принципы организации радио- и телевизионной речи.

10. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации.
11. Особенности языка интернет-изданий.
12. Эволюция языка СМИ.
13. СМИ и речевой этикет нации.

Практические задания для выполнения на аудиторном занятии в ходе текущей аттестации в третьем месяце семестра:

1. Сформулируйте правила отбора и расположение аргументов в речи руководителя компании.
2. Составьте инструкцию для политического лидера партии для выступления на дебатах.
3. Составьте кейс-историю и обзорную статью.
4. Найдите в прессе варианты применения различных творческих стратегий в рекламных сообщениях. Объясните применение тех или иных стратегий в конкретных рекламных сообщениях.
5. Проанализируйте известные вам примеры использования в качестве рекламных персонажей героев русских народных сказок.

Тематика индивидуальных устных выступлений с презентацией для представления на аудиторном занятии в ходе текущей аттестации в третьем месяце семестра:

1. Когда и где возник термин *медиатекст*? Назовите русских ученых, внесших свой вклад в изучение медиатекстов.
2. Каковы экстралингвистические факторы, определяющие сущность медиакommunikации и функционирования медиатекста?
3. Дайте определение медиатекста. Каковы основные сферы функционирования медиатекстов?
4. Охарактеризуйте основные категории медиатекста: *медийность*, *массовость*, *интегративность* (*ноликодированность*), *открытость* (*интертекстуальность*).
5. Какие типологические параметры учитывает современная классификация медиатекстов?
6. Какова специфика автора и адресата в медиатексте? Назовите параметры авторского начала в медиатексте? Как вы понимаете тенденцию к инверсии коммуникативных ролей в современном медиатексте?
7. Охарактеризуйте прагматический эффект СМИ. Перечислите основные средства языковой манипуляции.
8. Назовите основные фазы создания медиатекста. На каком этапе определяется жанр будущего медиатекста?
9. Почему интертекстуальность можно считать обязательной (онтологической) категорией медиатекста? Какие два типа интертекстуальных знаков значимы для медиатекста?
10. Приведите примеры из современных СМИ, иллюстрирующие основные функции читателя в медиатексте.
11. Какие методы анализа применимы к медиатексту?

Тестовые задания для проведения аттестации перед зачетом по дисциплине (в качестве допуска к зачету) (ПК-7, ПК-14)

Вопрос 1: Кто предложил функционально-стилистическую теорию?

Р.А. Будатов
+В.В. Виноградов
О.С. Ахманова
А.А. Липгарт

Вопрос 2: Что означает «категориальная трихотомия функций языка»?

+Общение/сообщение/воздействие», разграничиваемых в зависимости от типа передаваемого понятийного содержания и одновременно от типа используемых языковых (речевых) единиц

Использование речи в качестве средства выражения мыслей, за счет чего происходит обозначение предметов, явлений, действий
Способность языка быть средством исследования и описания в терминах самого языка
Назначение языка выступать как средство выражения творческих потенций человека, соотносимое с эстетическими категориями

Вопрос 3: Как называется наука о средствах массовой информации?

Связи с общественностью
Маркетинг
+Медиаведение
Лингвистика

Вопрос 4: Публицистический стиль-это...

Функциональный стиль речи литературного языка, которому присущ ряд особенностей: предварительное обдумывание высказывания, монологический характер, строгий отбор языковых средств, тяготение к нормированной речи
Функциональный стиль воздействует на воображение, психику и чувства читателя, передаёт мысли и чувства автора, использует всё богатство лексики, возможности разных стилей, характеризируется образностью, эмоциональностью речи
Функциональный стиль речи, который служит для неформального общения, когда автор делится с окружающими своей информацией по бытовым вопросам в неофициальной обстановке
+Функциональный стиль речи, который используется в жанрах: статья, очерк, репортаж, фельетон, интервью, памфлет, ораторская речь

Вопрос 5: Какой подстиль не выделяют в публицистическом стиле?

Информационный
Аналитический

+Синтетический
Художественно-публицистический

Вопрос 6: Политический дискурс – это...

Это отношения между рекламодателями и адресатами рекламы, осуществляемое через распространение рекламного продукта
+Это текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора
Это связанный текст в совокупности с различными жизненными, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст в событийном аспекте
Это изложение взаимосвязанных событий, представленных читателю или слушателю в виде последовательности слов или образов

Вопрос 7: Что подразумевает собой «политическая метафора»?

+Это речевое воздействие с целью формирования у слушающего либо положительного, либо отрицательного мнения о той или иной политической единице (политике, программе, мероприятии)
Это троп или несколько тропов или механизм речи, состоящий в уплотнении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и тому подобное, для характеристики или наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении
Это механизм речи, который функционирует в сфере политики, посвящен особой тематике, в частности, политическим вопросам
Это воздействие, прибавляемое к характеристике предмета для большей образности

Вопрос 8: СМИ являются исключительной сферой применения политической метафоры?

Помимо СМИ она функционирует только в деловой речи
Помимо СМИ на функционирует в бытовых разговорах
Нет, она не функционирует в бытовых разговорах и деловой речи
+Да, она функционирует и в бытовых разговорах, и в деловой речи

Вопрос 9: Что не входит в основные категории медиатекста?

Медийность
+Уникальность
Массовость
Интерративность

Вопрос 10: Выберите верное понятие «медиатекста»

+Это сообщение, текст любого медийного вида и жанра
Это специфичный тип речемыслительной деятельности, характерный исключительно для информационного поля масс-медиа

Это сообщение о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях
Это письменная или звучащая речь, которая внутренне организована и относительно закончена

Вопрос 11: Какие параметры учитывает классификация медиатекстов?

- Способ производства текста
- Форма (фактура) медиатекста
- Функционально-жанровый тип текста
- + Все из вышеперечисленных

Вопрос 12: Каким по фактуре не может быть медиа текст?

- Вербальные
- Невербальные
- + Коллегиальные
- Креативные

Вопрос 13: По функционально-жанровому типу обычно выделяют несколько групп жанров «традиционных» журналистских текстов. Какой жанр лишний?

- Информационной
- + Художественной
- Аналитической
- Художественно-публицистической

Вопрос 14: По чьим словам адресат есть «зеркало, в котором отражается автор»?

- + Г. Д. Солганик
- Т. Д. Каминская
- В. Е. Чернявская
- Р. Барт

Вопрос 15: Что не является функцией цитаты в медиатексте?

- Дополнение и расширение описания фактов
- + Анализ позитивных и негативных сторон
- Привлечение внимания
- Убеждение читателя

Вопрос 16: Что такое «контент-анализ»?

Это метод научного исследования путём рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей чего-нибудь
Это эффективный способ понимания цели конкурирующих компаний с выявлением их слабых и сильных мест
+Это стандартная методика исследования в области общественных наук, предметом анализа которой является содержание текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции
Это филологическая отрасль, изучающая и восстанавливающая историю и судьбу произведений письменности и литературы с целью дальнейшего исследования, интерпретации, публикации и иных целей

Вопрос 17: Какого метода изучения медиатекста не бывает?

- Метод дискурсивного анализа
- Методы лингвистического анализа
- Метод контент-анализа
- +Метод анализа уместности

Вопрос 18: Какая особенность существует в газетных текстах?

- Композиционная
- Структурная
- Языковая
- +Все из вышеперечисленных

Вопрос 19: Что не относится к информационным типам жанра?

- Хроника
- Заметка
- +Статья
- Репортаж

Вопрос 20: Что относится к аналитическим типам жанра?

- +Корреспонденция
- Эссе
- Интервью
- Очерк

Вопрос 21: К художественно-публицистическим жанрам относятся:

- Заметка
- +Фельетон
- Интервью

Вопрос 22: Очерк-это...

- Это сочинение небольшого объёма по какому-л. частному вопросу, написанное в свободной, индивидуально-авторской манере изложения
- +Это небольшое литературное произведение, кратко описание жизненных фактов
- Это краткое письменное сообщение о чем-нибудь изученном
- Это переписка между физическими или юридическими лицами

Вопрос 23: Какого типа заголовков не бывает?

- +Цитатный
- Заголовков-клише
- Образный
- Фактический

Вопрос 24: Т. Гард в 1901 г. Различал 3 типа диалога. Выберите ошибочное суждение.

- Диалог между подчиненными и начальником в противоположность диалогу равных
- Диалог как борьбу и диалог как обмен
- Диалог регламентированный в противоположность нерегламентированному
- +Все из вышеперечисленного верно

Вопрос 25: Что подразумевает под собой «интернет-издание»?

- Это периодическое издание в интернете. Может существовать как независимое издание, или же как онлайн-версия печатного журнала.
- +Это веб-сайт, ставящий своей задачей выполнять функцию средства массовой информации(СМИ) в сети Интернет
- Это специализированное информационное предприятие (организация, служба, центр), обслуживающее СМИ
- Это сайт в компьютерной сети, который предоставляет пользователю различные интерактивные интернет-сервисы, которые работают в рамках этого сайта

Вопрос 26: Выберите ошибочный вид телеинтервью.
Протокольное интервью

Информационное интервью
+Интервью-опрос
Интервью-портрет

Вопрос 27: Откуда берутся внешние заимствования языка?
Просторечия

Жаргоны
Диалекты
+Американизмы

Вопрос 28: Что такое «речевой этикет»?

Проявление хороших манер в отношениях между должностными лицами, политическими и общественными деятелями, представляющими свое государство
Установленный порядок поведения, форм обхождения
+Социально заданные и национально специфичные правила речевого поведения, реализующиеся в системе устойчивых формул, выражений, принятых в предписываемых обществом ситуациях «вежливого» контакта с собеседником
Совокупность целесообразных правил поведения людей в трудовых коллективах

Вопрос 29: Семантика-это...

Отдел языкознания, изучающий звуковую строй языка
+Раздел лингвистики, изучающий смысловое значение единиц языка
Единообразия передачи слов и грамматических форм речи на письме
Образование новых слов (дериватов) от однокоренных слов и возникшее в результате этого формально-семантическое соотношение между дериватом и его производящим словом

Вопрос 30: Что такое «психолингвистика»?

+Раздел языкознания, изучающий особенности языка и речи в их соотносённости с психологическими процессами и механизмами деятельности психологической науки, пограничная для психологии, неврологии и лингвистики, изучающая «мозговые механизмы речевой деятельности и те изменения в речевых процессах, которые возникают при локальных поражениях мозга»
Наука, изучающая процессы и закономерности психической деятельности
Наука, изучающая языки. Это наука о естественном человеческом языке вообще и обо всех языках мира как его индивидуализированных представителях

Вопрос 31: Что не является задачей психолингвистики?

- Умение правильно, грамотно определить психологопедагогический диагноз, давать обоснованное заключение по поводу речевого и интеллектуального развития
- Умение определять возможные прогнозы, перспективы дальнейшего развития
- Научиться целостно представлять себе как работает, функционирует психологическая модель человека
- +Изучение вопроса возникновения и развития письма

Вопрос 32: Какие тексты относятся к базисным РР-текстам?

- Слоган
- Резюме
- +Бэкграундер
- Пресс-рвью

Вопрос 33: К исследовательскому жанру РР-текстов относятся:

- Факт-лист
- +Имиджевая статья
- Байлайнер
- Пресс-релиз

Вопрос 34: Идеология-это...

- Это изображение идеального общественного строя либо в якобы уже существовавшей или существующей где-то стране, либо как социальных преобразований, ведущих к его воплощению в жизнь
- Это сфера, связанная с производством и распределением духовных ценностей, с удовлетворением духовных потребностей человека
- Это совокупность достижений человечества в производственном, общественном и духовном отношении
- +Это совокупность системных упорядоченных взглядов, выражающая интересы различных социальных классов и других социальных групп, на основе которой осознаются и оцениваются отношения людей и их общностей к социальной действительности в целом и друг к другу

Вопрос 35: В каком стиле пишутся тексты для СМИ?

- В научном
- +В публицистическом
- В художественном
- В официально-деловом

Вопрос 36: Какого типа идеологии не существует?

- Социально-политического
- Классового
- +Популистского
- Национально-этнического

Вопрос 37: К социально-политическому типу идеологии не относятся:

- Анархизм
- Фаллизм
- Либерализм
- +Расизм

Вопрос 38: Языковая норма-это...

- +Это совокупность традиционных правил, отобранных и закреплённых в процессе общественной коммуникации — общепринятые нормы устной и письменной речи для данной эпохи
- Это общепринятое носителями данного языка употребление языковых единиц
- Это совокупность наиболее устойчивых традиционных реализаций языковой системы, отобранных и закреплённых в процессе общественной коммуникации
- Это распространённое в советской и российской лингвистике понятие, объединяющее владение нормой устного и письменного языка

Вопрос 39: Что относится к речевому приему заголовка?

- Метафора
- Фразеологизмы
- Персонификация
- +Все из вышеперечисленного

Вопрос 40: Что такое НЛП?

- Это состояние, похожее на сон или полусон, вызываемое внушением и сопровождающееся подчинением воли спящего воле усыпляющего, а также самый способ такого внушения
- +Это область практической психологии, изучающая структуру субъективного опыта людей, занимающаяся разработкой языка его описания, раскрытием механизмов и способов моделирования опыта
- Это направление в психологии, изучающее влияние психологических факторов на возникновение и течение соматических (телесных) заболеваний

Это психологическое воздействие на сознание человека, при котором происходит некригическое восприятие им убеждений и установок

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Зачет проводится в виде бланк-опроса в студенческой группе и индивидуального собеседования с обучающимся по всем вопросам, выносимым на промежуточную аттестацию по дисциплине.

➤ Вопросы для подготовки к зачету

1. Место СМИ в системе функциональных стилей. Функции языка СМИ.
2. Основные аспекты изучения языка СМИ: семиотический, психолингвистический, когнитивный, социологический, культурологический, риторический.
3. Публицистический стиль, его особенности.
4. Структура и параметры публицистической речи. Информационный подстиль.
5. Язык СМИ в аспекте устной и письменной речи. Связь внутренних законов языка с устной и письменной речью.
6. Соотношение письменной и устной речи с языком СМИ.
7. Основные современные категории медиатекста. Классификация медиатекстов. Жанры медиатекстов.
8. Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте.
9. Специфика автора и адресата медиатекста. Адресат медиатекста. Удельный вес медиатекста.
10. Медиатекст и закономерности текстообразования в медиатексте.
11. Этапы разработки и создания медиатекста.
12. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
13. Функции читат в медиатексте.
14. Методы изучения медиатекстов: контент-анализ и другие.
15. Язык печати. Композиционные структурные, языковые особенности газетных текстов.
16. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка.
17. Типология жанров: информационные, аналитические и художественно-публицистические.
18. Заголовки в современных газетных и журнальных текстах. Типы заголовков.
19. Современные требования к заголовочным формам. Речевые приемы в заголовках.
20. Особенности языка радио и телевидения. Слово в российском телесфере.
21. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. Современное радио России.
22. Современные исследования о специфике языка теле- и радионовостей.
23. Принципы организации радио- и телевизионной речи.

24. Телеинтервью и его виды. Использование различных видов диалога на телевидении.
25. Компьютерные средства массовой информации.
26. Универсальные и специфические характеристики интернета как формы коммуникации.
27. Проблемы взаимодействия СМИ и интернет-коммуникаций.
28. Интернет-издания. Особенности языка интернет-издания.
29. Язык СМИ и языковая норма. Языковая эволюция языка СМИ.
30. Внутренние и внешние заимствования. Активные процессы в семантике, фонетике, орфографии, словообразовании.
31. СМИ и речевой этикет нации. Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры.
32. Язык СМИ и его роль в становлении информационно-картинной общности и мира.
33. Понятие «идеология» в современном гуманитарном знании. Типы идеологий в XX и XXI вв.
34. Основное средство идеологии любого типа. Языковые приемы в тоталитарной идеологии (на примере гитлеровской Германии).
35. Языковые приемы в СМИ, которые использует власть для формирования тоталитарной идеологии (на примере периодической печати).
36. Языковые приемы, формирующие демократическую идеологию (на примере качественной российской прессы).
37. Язык масс-медиа как многоуровневая система отражения мифа.
38. Этапы развития психолингвистики как науки. Ее отличие от НЛП.
39. Функции психолингвистики в современных медиа.
40. Языковое выражение психолингвистических приемов в современных медиатекстах (на примере политических текстов СМИ).

8. Ресурсы обеспечения:

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Вартанова Е.Д. Человек как субъект и объект медиапсихологии. – М.: МГУ, 2012.
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. – М.: Озон, 2016. – 268 с.
3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. — Харьков: Изд-во гуманит. университета, 2007. — 288 с. — 2000 экз. — ISBN 978-966-8324-36-9.
4. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. — 160 с.
5. Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации : учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 135 с. - ISBN 978-5-4458-5668-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>

6. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации : учебное пособие / С.А. Никулина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС ; Пятигорск : государственнй лингвистический университет, 2016. — 170 с. /ЭБС Book.ru [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.book.ru/book/919860/view2/1> Пятигорский

Дополнительная литература:

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс 2010.
2. Антонова Н. В. Психология массовых коммуникаций. [Учебник] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Наталья Викторовна Антонова. - Москва : Издательство Юрайт, 2015. - 373 с.
3. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. М.: ЛКИ, 2011.
4. Маховская О.И. Телемания. – М.: ИД «Вильямс», 2008.- 272 с.
5. Парсаданова Т.Н. Российское телевидение: История и современность. М.: Изд-во ВГИК, 2002. 35 с.
6. Пронина Е.Е. Принципы медиапсихологического исследования // <http://media-psysche.ru>

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения (при необходимости):

- Microsoft Windows 10
- Microsoft Office 2019
- Adobe Photoshop
- Adobe Audition
- Adobe After Effects
- Adobe Premier

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

<p>RoIrgred.com - Обзор СМИ https://www.roIrgred.com/</p>	<p>База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информгентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам.</p>
---	---

<p>Бюро ванДайк (ВВД) https://www.bvdinfo.com/ru/ http://www.bvdinfo.com/ru/home?utm_campaign=search&utm_medium=cpc&utm_source=google</p>	<p>Бюро ванДайк (ВВД) публикует исчерпывающую информацию о компаниях России, Украины, Казахстана и всего мира, а также бизнес-аналитику.</p>
<p>Университетская информационная система РОССИИ https://uisrussia.msu.ru/</p>	<p>Тематическая электронная библиотека и база для прикладных исследований в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, филологии, международных отношений, права.</p>
<p>Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/</p>	<p>Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общестственности, коммерческих организаций и предпринимателей, международных организаций и разнообразной, объективной и полной статистической информации – главная задача Федеральной службы государственной статистики. Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.</p>
<p>научная электронная библиотека Elibrary http://elibrary.ru/</p>	<p>Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU - это крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 26 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в</p>

	открытым доступе
<p>портал Электронная Библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscalalog/</p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. http://www.inion.ru</p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объём массивов составляет более 3 млн. 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей.</p> <p>В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки.</p>

<p>Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – http://www.edu.ru</p>	<p>Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования и науки.</p> <p>Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий, информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными, репортажи и аналитические статьи.</p> <p>Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.</p>
---	--

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости):

1. Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>;
3. Научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.gprbu.ru](http://www.gprbu.ru;);
4. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>;
5. www.evaartist.ru – электронная библиотека факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова;
6. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbvsu.ru>; <http://koob.ru>; <http://ibtk.lib.ru>; <http://elibrary.ru>;
7. Федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru;
8. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbvsu.ru>;
9. Библиотека Гумера (гуманитарные науки) <http://www.gumer.info/>;
10. Национальная электронная библиотека <http://nэб.rf/for-individuals/>;
11. НЭБ «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/>;
12. Справочно-информационный портал www.gramota.ru;
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) <http://elibrary.rsl.ru/>;
14. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>;

15. http://www.etudition.ru/refekat/printrefid.25504_1.html (Российская Электронная Библиотека «Эрудит»).
8.5. Описание материально-технического обеспечения:

Ауд. 658

Стол преподавательский (2 шт.), стул преподавательский (1 шт.), сервер (1 шт.), парта учебная (33 шт.), скамья учебная (19 шт.), стул учебный (5 шт.), проектор (2шт.), доска интерактивная (1 шт.), планшет (1 шт.), часы (1 шт.), ТВ 50(1 шт.) аудиоколонки (2 шт.), видеокамера (2 шт.), доска маркерная/меловая (1 шт.), компьютер РС (22 шт.), список ПО на компьютерах РС MINI (1 шт.), список ПО на компьютерах MAC MINI Mac OSArache OpenOffice , Google Chrome, Adobe Reader DC, VLC Media Player, компьютер MAC огнетушитель (1 шт.), система оповещения (1 шт.)

Для самостоятельной работы

Библиотека 665

Стол преподавательский (1 шт.), кресло преподавательское (1 шт.), стол одноместный (16 шт.), стул (16 шт.), часы (1шт.),стеллаж книжный (12 шт.), шкаф книжный (4 шт.), шкаф стеклянный (2 шт.), подставка газетная (1 шт.), лестница (1шт.), доска меловая (1 шт.), компьютер iMAC(1 шт.), компьютер РС (1 шт.), компьютер (1 шт.), список ПО на компьютерах РС Microsoft Windows 7 Starter OA CIS and GE, Arache OpenOffice 4.1.7, Google Chrome, Adobe Reader DC, VLC Media Player, принтер Samsung ML 2510, карта Мира (1 шт.), огнетушитель (1 шт.), система оповещения (1 шт.).

Ауд. 655/656

Стол преподавательский (2 шт.), стул преподавательский (1 шт.), стол одноместный (18 шт.), стул (18шт.), ТВ Samsung 50 (1шт.), стойка для проектора (1 шт.), компьютер IMAC 21 (18 шт.), компьютер IMAC 27 (1 шт.), список ПО на компьютерах IMAC Mac OS 10.11, Arache OpenOffice, Google Chrome, Adobe Reader DC, VLC Media Player, тумба для бумаг (1 шт.), огнетушитель (1 шт.), система оповещения (1 шт.).

9. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
 - создание контента, который можно представить в различных видах без потер данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;
 - создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получили информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;
 - применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;
 - применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
 - увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,
 - продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.
- Факультет устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

10. Язык преподавания.

Преподавание дисциплины «Язык и речь современных медиа» осуществляется на русском языке.

11. Автор (авторы) программы.

Автор рабочей программы по дисциплине «Язык и речь современных медиа»: к.ф.н. Ревенко А.А.