

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Райхерт Татьяна Николаевна
Должность: Директор
Дата подписания: 15.02.2022 10:57:46
Уникальный программный идентификатор:
c914df807d771447164c08ee17f8e2f93dde816b

Министерство просвещения Российской Федерации
Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Факультет филологии и межкультурной коммуникации
Кафедра иностранных языков и русской филологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДВ.03.01 СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ

Уровень высшего образования	Бакалавриат
Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Профили подготовки	Филологическое образование и дополнительное образование в сфере медиакоммуникаций
Форма обучения	Очная

Рабочая программа дисциплины «Современный медиатекст». Нижний Тагил: Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2021. – 13 с.

Настоящая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС 3++) по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки).

Автор: кандидат филологических наук, Ю. А. Фомина
доцент кафедры ИЯРФ

Одобрена на заседании кафедры ИЯРФ. Протокол от 27 апреля 2021 г. № 7.

Зав. кафедрой Л. Ю. Дондик

Рекомендована к печати методической комиссией факультета филологии и межкультурной коммуникации. Протокол от 28 апреля 2021 г. № 4.

Председатель МК ФФМК Е. В. Южанинова

© Нижнетагильский государственный
социально-педагогический институт
(филиал) ФГАОУ ВО «Российский государственный
профессионально-педагогический университет, 2021.
© Фомина Юлия Алексеевна, 2021.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Результаты освоения дисциплины.....	4
4. Структура и содержание дисциплины.....	5
4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы.....	5
4.2. Учебно-тематический план.....	6
4.3. Содержание дисциплины.....	7
5. Образовательные технологии.....	8
6. Учебно-методические материалы.....	8
6.1. Организация самостоятельной работы студентов.....	8
6.2. Организация текущего контроля и промежуточной аттестации.....	10
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	13
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	13

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современный медиатекст» направлена на формирование представлений о медиатексте как единице современного медиадискурса, а также выработку практических умений конструирования и репрезентации действительности в медиатекстах различных типов с использованием возможных ресурсов, позволяющих эффективно решать задачи массовой коммуникации.

Цель дисциплины – формирование у студентов системного представления о медиатексте как объекте современного российского медиадискурса.

Задачи:

- расширить представление студентов о современных СМИ как сфере функционирования медиатекста;
- познакомить с типологией современных медиатекстов;
- дать представление об основных единицах, категориях медиатекста и механизмах его построения;
- используя теорию текста и медиатекста как научную основу, формировать у студентов умение конструктивного анализа текстов, распространяемых по каналам СМИ;
- выработать базовые практические умения создания медиатекстов различных жанров.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Современный медиатекст» является компонентом части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы подготовки бакалавра по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили «Филологическое образование и дополнительное образование в сфере медиакоммуникаций», и входит в число дисциплин по выбору.

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков и русской филологии.

Курс «Современный медиатекст» является базовой дисциплиной, формирующей представления о современном коммуникационном пространстве, для студентов-филологов двойного бакалавриата с профилями «Филологическое образование и дополнительное образование в сфере медиакоммуникаций». Он читается на 2-ом курсе бакалавриата (4 семестр).

Данный курс опирается на знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Русский язык и деловая коммуникация», «Практикум по русскому языку» и закладывает теоретические и практические основы для дальнейшего изучения следующих предметов: «Основы копирайтинга и редактирования», «Стилистика», «Критика в современном коммуникационном пространстве».

Дисциплина «Современный медиатекст» носит практический характер, нацелена на формирование практических навыков работы по написанию различных типов медиатекстов, является необходимым звеном в освоении дисциплин профильной подготовки, связанных с созданием текстов для сферы массовых коммуникаций.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций**:

ПК-6. Способен выделять и анализировать единицы различных уровней языковой системы на синхронном и диахронном уровнях.

ПК-9. Способен свободно владеть нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации.

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-6. Способен выделять и анализировать единицы различных уровней языковой системы на синхронном и диахронном уровнях	ИПК-6.1. Демонстрирует знание основных понятий дисциплины
	ИПК-6.2. Выделяет и анализирует единицы различных уровней языковой системы в единстве их содержания, формы и функций
	ИПК-6.3. Различает основные закономерности, типичные явления и переходные случаи языковых явлений
	ИПК-6.4. Соотносит языковые явления с современным состоянием языка и его историей
	ИПК-6.5. Демонстрирует владение нормами современного русского литературного языка
ПК-9. Способен свободно владеть нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации	ИПК-9.1. Демонстрирует владение нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации
	ИПК-9.2. Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах
	ИПК-9.3. Способен использовать в профессиональной деятельности знание основных положений и концепций в области медиакоммуникаций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- базовые теоретические понятия теории текста и медиатекста;
- особенности коммуникативных процессов в массмедиа;
- специфику современного медиатекста, его жанровые разновидности;
- особенности функционирования медиатекста в разных сферах публичной коммуникации;
- основные закономерности построения медиатекста.

уметь:

- идентифицировать медиатексты в соответствии с их типологией;
- анализировать медиатексты в контексте языковой картины мира, выявлять аргументативные и манипуляционные приемы современного медиадискурса;
- формулировать правильные цели и задачи при создании коммуникативного послания;
- создавать различные типы текстов в различных медиажанрах с учетом специфики вида медиадискурса.

владеть навыками:

- критического анализа композиционных, лексических, грамматических и стилистических особенностей текстов современных масс-медиа;
- самостоятельного создания медиатекстов различных типов и жанров.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	180
Контактная работа , в том числе:	62
Лекции	24

Практические занятия	38
Самостоятельная работа , в том числе:	91
Изучение теоретического курса	22
Самоподготовка к текущему контролю знаний	45
Выполнение контрольных работ	24
Подготовка к экзамену, сдача экзамена	27

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самост. работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Лек-ции	Практ. занятия		
<i>2 курс, 4 семестр</i>					
Раздел 1. Теоретические основы медиалингвистики. Медиатекст как основная категория медиалингвистики. Методы изучения медиатекстов. Типология медиатекстов. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.	10 8 10	2 2	2 2 2	6 6 6	Опрос на практическом занятии Выполнение практических заданий
Раздел 2. Особенности журналистского медиатекста. Медиатекст печатных СМИ. Специфика телевизионного медиатекста. Специфика радионного медиатекста.	12 10 10	2 2 2	4 2 2	6 6 6	Опрос на практическом занятии Подготовка сообщений Выполнение практических и творческих заданий
Раздел 3. Прагмалингвистические особенности рекламного текста. Природа и элементы рекламного дискурса. Специфика рекламного текста.	12 12	2 2	4 4	6 6	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий Подготовка сообщений с презентациями
Раздел 4. PR-текст как разновидность медиатекста. Сущность PR и понятие PR-текста. Специфика PR-текста как разновидности медиатекста. Типология PR-текстов и технология их создания.	10 10 12	2 2 2	2 2 4	6 6 6	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий Дидактическая игра
Раздел 5. Специфика Web-медиатекста. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Специфика интернет-СМИ. Электронный гипертекст как особый тип текста. Контент	10 8 11	2 2	2 2 2	6 6 7	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий

сайта. Жанровые особенности web-медиатекстов.	8		2	6	
Подготовка к экзамену	27			27	
Всего по дисциплине	180	24	38	118	

4.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы медиалингвистики. Медиатекст как основная категория медиалингвистики.

Роль СМИ в динамике языковых процессов. Язык СМИ: становление и содержание понятия. Язык СМИ в функционально-стилистическом аспекте. Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ.

Медиатекст: структура и содержание понятия. Тексты массовой информации как способ когнитивного отражения действительности. Тексты массовой информации в свете взаимодействия культур. Типология медиатекстов. Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте. Специфика автора и адресата. Медиатекст и закономерности текстообразования. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста. Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте. Методы изучения медиатекстов.

Раздел 2. Особенности журналистского медиатекста.

Медиатекст печатных СМИ. Теория жанров периодической печати. Заметка. Репортаж. Статья. Интервью. Фельетон. Очерк.

Жанровая и прагмалингвистическая специфика телевизионного и радиийного текста. Телевизионная картина мира. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста. Модель телевизионной коммуникации. Специфика телевизионного общения. Стратегии и тактики телевизионной речи. Специфика и правила построения телевизионной речи. Жанровая специфика телетекста.

Особенности радиокommunikации. Выразительные средства радиоречи. Тембральная метафора. Специфика и правила построения радиийного текста. Жанровая специфика радио. Особенности радиийного репортажа.

Раздел 3. Прагмалингвистические особенности рекламного текста.

Рекламный дискурс и его элементы. Функции рекламного дискурса. Признаки рекламного дискурса. Структура рекламного дискурса. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика. Каналы передачи рекламного текста. Аргументация в рекламе. Интертекстуальность рекламного текста. Креолизованный рекламный текст. Степень креолизованности рекламного текста. Коммуникативные неудачи в креолизованном тексте.

Редакторское чтение рекламного текста. Выбор редакторской стратегии (правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка). Редактирование текстов с нарушениями правовых, моральных, этических норм. Федеральный закон «О рекламе». Редактирование текстов с нарушениями маркетинговых требований. Редактирование текстов с нарушениями норм литературной формы.

Раздел 4. PR-текст как разновидность медиатекста.

Сущность PR и понятие «PR-текст». Функции PR-текста. Специфика PR-текста как разновидности медиатекста. Различия рекламных и PR-текстов. Медийность, массовость, интегративность (поликодовость), открытость (интертекстуальность) PR-текстов. PR-публикации в системе медиатекстов.

Типология PR-текстов. Оперативно-новостные PR-тексты (пресс- и пост-релизы, приглашения). Оперативно-исследовательские PR-тексты (бэкграундер, лист вопросов-ответов). Исследовательско-новостные PR-тексты (факт-лист, биография). Исследовательские PR-

тексты (заявление для СМИ). Исследовательско-образные PR-тексты (байлайнер, письмо и поздравление). Непосредственно PR-медиатексты (имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори).

Технологии создания PR-текста. Новостные принципы создания PR-текста. Общериторические принципы создания PR-текста. Приемы «оптимизации» информации.

Раздел 5. Специфика Web-медиатекста.

Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Интернет: понятие, основные сервисы. Проблема статуса интернет-СМИ. Особенности интернет-СМИ. Типология интернет-СМИ. Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста. Специфика гипертекстовой медиапубликации. Контент сайта. Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Требования к интернет-публикациям. Жанровые особенности веб-медиатекста. Интернет-новость. Интернет-журнал (блог).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Процесс обучения по дисциплине «Современный медиатекст» строится с использованием как традиционного подхода, так и инновационных технологий.

В процессе лекционных занятий формируются основы теоретических знаний по дисциплине, а на практических занятиях ведется работа по закреплению практических умений и навыков. При этом соблюдаются два основных принципа:

1. Принцип осознания языковых явлений в период их усвоения, осознания способов их использования. Предполагает такое построение курса, при котором все языковые явления усваиваются студентами лишь после того, как они поняты. Названный принцип применяется либо после объяснений преподавателя, либо в результате контролируемого преподавателем самостоятельного изучения материала по учебникам и пособиям.

2. Принцип связи содержания с языковой формой требует, чтобы каждое языковое явление представлялось студентам одновременно и в формальном, и в семантическом плане, осваивалось в соотношении со смыслом.

Лекционные занятия должны стимулировать познавательную активность студентов, поэтому в ходе лекций целесообразно включение проблемных вопросов и ситуаций, обращение к практическому опыту выстраивания медиакоммуникаций.

На этапе первичного овладения знаниями из неимитационных активных методов используются лекция-беседа, эвристическая беседа, самостоятельная работа с литературой, решение конкретных проблемных задач и ситуаций, деловые игры.

На втором этапе закрепления знаний и контроля используется самостоятельное выполнение практических / творческих заданий, которое способствует совершенствованию навыков работы с медиатекстами различных жанров.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1. Организации самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студентов по освоению курса «Современный медиатекст» сводится к следующим основным видам:

- работа с учебной и научной литературой;
- подготовка к практическим занятиям;
- подбор дидактического материала;
- создание медиатекстов различных жанров;
- выполнение различного рода практических / творческих заданий;
- подготовка к экзамену.

Используемые виды самостоятельной работы позволяют выявить уровень не только теоретической подготовки студентов, но и их способность применять полученные знания на практике при выполнении анализа современных медиатекстов, а также при их написании.

Названия разделов	Всего часов	Ауд.	Сам. раб.	Содержание самостоятельной работы	Формы контроля СРС
Раздел 1. Теоретические основы медиалингвистики.	28	10	18	Чтение рекомендованной литературы. Подбор примеров заголовков современных медиатекстов с использованием интертекстуальных знаков. Подбор примеров медиатекстов с цитатами, охарактеризовать функции цитат.	Устный опрос. Выступление на практическом занятии. Проверка выполненного задания.
Раздел 2. Особенности журналистского медиатекста.	32	14	18	Чтение рекомендованной литературы. Мониторинг СМИ, анализ вопросов в текстах интервью, выявление удачных и неудачных вопросов. Подготовка текста интервью. Подготовка текста репортажа. Подготовка текста для радио и телевидения	Устный опрос. Выступление на практическом занятии. Проверка выполненного задания.
Раздел 3. Прагматические особенности рекламного текста.	24	12	12	Чтение рекомендованной литературы. Подготовка сообщений с презентациями. Подготовка выборки дефектных рекламных текстов. Редактирование рекламных текстов с различными видами нарушений.	Устный опрос. Проверка выполненного задания на практическом занятии.
Раздел 4. PR-текст как разновидность медиатекста.	32	14	18	Чтение рекомендованной литературы. Создание подборки PR-текстов различных жанров. Создание текста приглашения. Создание текста поздравления. Создание текста имиджевой статьи.	Устный опрос. Проверка выполненного задания на практическом занятии.
Раздел 5. Специфика Web-медиатекста.	37	12	25	Чтение рекомендованной литературы. Подбор примеров различных типов гиперссылок в интернет-СМИ. Анализ контента сайта организации. Разработка рекомендаций по совершенствованию наполнения сайта. Создание web-медиатекстов	Устный опрос. Выступление на практическом занятии. Проверка выполненного задания на практическом занятии.

Подготовка к экзамену			27		
Всего	180	62	118		

6.2. Организация текущего контроля и промежуточной аттестации

Проверка усвоения знаний по дисциплине проводится в устной и письменной форме. Специальные задания, упражнения и анализ текстов выполняются студентами как на практических занятиях, так и самостоятельно во внеаудиторное время, что позволяет активизировать работу с учебной литературой и дополнительными источниками информации.

Целесообразно в качестве **входного контроля** использовать опрос, позволяющий выявить уровень представлений студентов о тексте и его роли в сфере массовых коммуникаций. Примеры вопросов входного контроля представлены в материалах фонда оценочных средств по дисциплине.

Формы **текущего контроля** могут быть разнообразны, в том числе могут быть использованы:

- устные или письменные опросы студентов (по темам «Теоретические основы медиалингвистики», «Медиатекст как основная категория медиалингвистики» и др.);
- заслушивание сообщений, докладов (по темам «Медиатекст печатных СМИ», «Специфика Web-медиатекста» и др.);
- контрольные (тестовые) работы по отдельным темам дисциплины (по теме «Особенности рекламного дискурса», «Типология PR-текстов» и др.);
- задания для оценки учебно-исследовательской активности студентов (по темам «Телевизионный и радиийный медиатекст», «Редактирование рекламного текста» и др.).

Промежуточная аттестация по данной дисциплине проводится в форме экзамена в 4 семестре.

Экзамен проводится в устной форме (собеседование по вопросам и презентация заранее подготовленного портфолио). Итоговая оценка складывается из оценки устного ответа и практического задания.

В процессе проверки студент должен показать знание:

- базовых теоретических понятий теории текста и медиатекста;
- особенностей коммуникативных процессов в массмедиа;
- специфики современного медиатекста, его жанровых разновидностей;
- основных закономерностей построения медиатекста.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Медиатекст: структура и содержание понятия.
2. Методы изучения медиатекстов.
3. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
4. Особенности медиатекста печатных СМИ.
5. Теория жанров периодической печати.
6. Информационные жанры журналистики (заметка, интервью, репортаж).
7. Аналитические жанры журналистики (статья, рецензия, комментарий).
8. Художественно-публицистические жанры журналистики (обозрение, очерк, портрет, фельетон).
9. Жанровая и прагмалингвистическая специфика телевизионного текста.
10. Жанровая и прагмалингвистическая специфика радиийного текста.
11. Специфика радиийных и телевизионных средств выразительности.
12. Речевые особенности радиийного и телевизионного текста.
13. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Особенности интернет-СМИ.

14. Электронный гипертекст как особый тип текста. Контент сайта.
15. Жанровые особенности веб-медиа текста.
16. Рекламный дискурс и его элементы. Структура рекламного дискурса.
17. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика.
18. Каналы передачи рекламного текста.
19. Аргументация в рекламе. Типы аргументов.
20. Креолизованный рекламный текст. Степень креолизованности рекламного текста.
21. Особенности редактирования рекламных текстов с нарушениями правовых, моральных, этических норм.
22. Особенности редактирования рекламных текстов с нарушениями маркетинговых требований.
23. Особенности редактирования рекламных текстов с нарушениями норм литературной формы.
24. Специфика PR-текста как разновидности медиатекста.
25. Типология PR-текстов.
26. Жанровые особенности оперативно-новостных PR-текстов (пресс- и пост-релизы, приглашения).
27. Жанровые особенности оперативно-исследовательских PR-текстов (бэкграундер, лист вопросов-ответов).
28. Жанровые особенности исследовательско-новостных PR-текстов (факт-лист, биография).
29. Жанровые особенности исследовательско-образных PR-текстов (байлайнер, письмо и поздравление).
30. PR-медиа тексты (имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори).

Критерии оценки устного ответа на экзамене

«Отлично»

Дан полный, развернутый, аргументированный ответ на теоретический вопрос. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности. Студент демонстрирует умение наполнить ответ примерами. Речь правильная. Студент не затрудняется отвечать на дополнительные вопросы, показывает владение терминологией и навыками профессиональной аргументации.

«Хорошо»

Содержание билета раскрыто достаточно полно, однако в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие в целом содержание ответа. Материал изложен систематизированно и последовательно. Продемонстрировано достаточно глубокое знание программного материала. Студент отвечает на дополнительные вопросы, выстраивает ответ с помощью наводящих вопросов.

«Удовлетворительно»

Содержание вопроса раскрыто неполно или непоследовательно, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. Продемонстрировано не достаточно глубокое знание программного материала. Нарушена последовательность изложения материала. Студент затрудняется с ответом на дополнительные вопросы.

«Неудовлетворительно»

Ответ на теоретический вопрос демонстрирует пробелы в знаниях основного учебно-программного материала. Содержание вопроса не раскрыто. Речь непоследовательна, несвязна. Студент не владеет терминологией, не может аргументировать свою точку зрения, привести примеры, ответить на дополнительные вопросы.

Задание для подготовки портфолио

Подготовить и презентовать личное портфолио, содержащее не менее 10 медиатекстов, выполненных в разных жанрах и с использованием разных приемов:

1. Событийное интервью.
2. Репортаж.
3. Рецензия.
4. Сценарий радиоролика.
5. Сценарий видеоролика.
6. Веб-медиатекст.
7. Рекламный текст.
8. Пресс-релиз.
9. Приглашение.
10. Бэкграундер.
11. Байлайнер.
12. Поздравление.
13. Имиджевая статья.
14. Имиджевое интервью.
15. Кейс-стори.

Критерии оценки портфолио

«Отлично»

Студент представил портфолио полностью или не менее чем на 90 % соответствующее предъявляемым требованиям. Тексты, включенные в портфолио, написаны грамотно, а также правильно оформлены. Студент хорошо ориентируется в профессиональной терминологии, может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

«Хорошо»

Студент представил портфолио не менее чем на 70 % соответствующее предъявляемым требованиям. Тексты, представленные в портфолио, написаны в целом грамотно, оформлены правильно или с небольшими недочетами. Студент достаточно хорошо ориентируется в профессиональной терминологии, может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

«Удовлетворительно»

Студент представил портфолио не менее чем на 50 % соответствующее предъявляемым требованиям. Тексты, представленные в портфолио, написаны и оформлены достаточно грамотно, но есть ошибки и недочеты. Студент затрудняется в использовании и понимании профессиональной терминологии, не всегда может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

«Неудовлетворительно»

Студент не представил портфолио, либо представленное портфолио не соответствует предъявляемым требованиям более чем на 50 %. Тексты, представленные в портфолио, написаны не достаточно грамотно, есть неточности и ошибки в оформлении. Студент недостаточно хорошо ориентируется в профессиональной терминологии, не может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература

1. Болотнова, Н. С. Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста: учебное пособие / Н. С. Болотнова. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 156 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/135315>.
2. Ерофеева, И. В. Технологии медиатекста: учебное пособие / И. В. Ерофеева, О. В. Сафронова, В. А. Тихомиров; под редакцией И. В. Ерофеевой. – Чита: ЗабГУ, 2019. – 159 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/173607>.
3. Кувшинов, Ф. В. Современный медиатекст: теория и практика: учебное пособие / Ф. В. Кувшинов. – Липецк: Липецкий ГПУ, 2021. – 91 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/193982>.
4. Современный русский язык. Языковые техники создания медиа текстов: практикум: учеб. пособие / Л. Р. Дускаева [и др.]. – М.: Флинта, 2017. – 429 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/92715>.

Дополнительная литература

1. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации (для бакалавров): учебник / В. В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2014. – 464 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53318>.
2. Иванова, Л. В. Современный медиатекст: учебное пособие / Л. В. Иванова. – Тольятти: ТГУ, 2015. – 158 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/140278>.
3. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 293 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/95536>.
4. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество–СМИ–власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 431 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52573.html>.
5. Шак, Т. Ф. Музыка в структуре медиатекста. На материале художественного и анимационного кино: учебное пособие / Т. Ф. Шак. – 4-е, стер. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2020. – 384 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/134055>.

Информационные сетевые ресурсы

1. Журнал «Медиалингвистика». Режим доступа: <https://medialing.ru/>.
2. Международный журнал «Медиа. Коммуникация. Информация». Режим доступа: <https://mic.org.ru/>.
3. Международный научно-исследовательский журнал «Технологии рекламной журналистики». Режим доступа: <https://research-journal.org/social/tehnologii-reklamnoj-zhurnalistiki/>.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Аудитории для лекционных и практических занятий.
2. Компьютер (ноутбук).
3. Экран и мультимедиапроектор / интерактивная доска / телевизор.
4. Презентации к лекциям и практическим занятиям.
5. Пакет офисных программ: Office Standard 2016 Russian OLP NL Academic Edition.
6. ИРБИС электронный каталог.
7. Платформа ДО Русский Moodle.