

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАИНДУСТРИЙ

ФАКУЛЬТЕТ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Кафедра теории и практики общественных связей

ЯЗЫК И РЕЧЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

ЯЗЫК И РЕЧЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

*доктор культурологии, доцент, профессор кафедры
теории и практики общественных связей Дзякович Е.В.*

.....

Ответственный редактор:

*доктор. филос. наук, профессор, заведующий кафедрой
теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры
теории и практики общественных связей
№ 5 от 23.12.25г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	<u>Пояснительная записка</u>	4
1.1.	<u>Цель и задачи дисциплины</u>	4
1.2.	<u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u>	4
1.3.	<u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	5
	<u>Дисциплина «Язык и речь в современных медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана</u>	5
2.	<u>Структура дисциплины</u>	5
3.	<u>Содержание дисциплины</u>	5
	<u>Наука о средствах массовой информации. Предмет, задачи, теоретические основы дисциплины. Функции языка СМИ. Основные аспекты изучения языка СМИ: семиотический, психолингвистический, когнитивный, социологический, культурологический, риторический</u>	5
4.	<u>Образовательные технологии</u>	7
5.	<u>Оценка планируемых результатов обучения</u>	7
5.1	<u>Система оценивания</u>	7
5.2	<u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u>	7
5.3	<u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	9
6.	<u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u>	12
6.1	<u>Список источников и литературы</u>	12
6.2	<u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u>	13
6.3	<u>Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</u>	13
7.	<u>Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	13
8.	<u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u>	14
9.	<u>Методические материалы</u>	15
9.1	<u>Планы практических занятий</u>	15
	<u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u>	16

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины – изучение особенностей языка современных медиа.

Задачи учебной дисциплины:

- ~ расширить представление студентов о разнообразии языка СМИ;
- ~ сформировать навыки комплексного лингвистического анализа текстов СМИ;
- ~ овладеть комплексной системой знаний, которые будут направлены на адекватное понимание разных текстов медиа;
- ~ овладеть способами продуцирования современных медийных текстов разной жанровой и тематической направленности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p><i>Знать:</i> основные формы устной и письменной речи в профессиональной коммуникации.</p> <p><i>Уметь:</i> выбирать удачную коммуникативную стратегию создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками написания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности, а также формами корректной устной и письменной речью в профессиональной коммуникации.</p>
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-3.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	<p><i>Знать:</i> основные принципы и методы современного копирайтинга и современные концепции коммуникативистики при создании текстов в рекламе и PR.</p> <p><i>Уметь:</i> производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в рекламный текст (продукт); организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламных и PR-текстов.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками составления рекламных и PR - текстов с учетом основных коммуникационных стратегий; спектром креативных приемов и техник создания текста.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Язык и речь в современных медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Иностранный язык в профессиональной деятельности, Разработка и продвижение контента.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Креативный копирайтинг, Научные и образовательные коммуникации, Технология сторителлинга., Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
III	Лекции	8
III	Семинары	16
Всего:		24

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
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.
2	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.
3	Политический дискурс в СМИ	Интерпретация политического дискурса в СМИ. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса. Политическая метафора.
4	Язык конкретных каналов коммуникации	Язык печати. Композиционные структурные, языковые особенности газетных текстов. Экспрессивные

		<p>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.). Заголовок в современных газетных и журнальных текстах.</p> <p>Особенности языка радио и телевидения. Слово в российском телеэфире. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. Современное радио России. О специфике языка теле- и радионовостей. Принципы организации радио- и телевизионной речи. Телеинтервью. Использование различных видов диалога на телевидении.</p> <p>Компьютерные средства массовой информации. Универсальные и специфические характеристики интернета как формы коммуникации. Проблемы взаимодействия СМИ и интернет-коммуникаций. Интернет-издания. Особенности языка интернет-издания.</p>
5	Средства массовой информации и культура общества	<p>МИ и языковая норма. Языковая эволюция языка СМИ. Внутренние и внешние заимствования. Активные процессы в семантике, фонетике, орфографии, словообразовании. СМИ и речевой этикет нации. Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры.</p>
6	Язык СМИ в моделировании идеологической картины мира.	<p>е «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 власть для формирования тоталитарной идеологии (на примере периодической печати). Языковые приемы, формирующие демократическую идеологию (на примере качественной российской прессы). Язык СМИ и его роль в становлении информационной картины общества и мира</p>
7	Язык масс-медиа как средство психологического воздействия.	<p>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).</p> <p>Язык масс-медиа как многоуровневая система отражения мифа. 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)</p>

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	1 балл	5 баллов
- выполнение заданий на практическом занятии	6 баллов	30 баллов
- контрольная работа (темы 1-4)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация –зачет с оценкой (тестирование)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины предусмотрена одна текущая аттестация.

Форма текущего контроля: контрольная работа (выполнение заданий)

Контрольные задания для текущей аттестации

Содержание учебного задания:

Возьмите экземпляр любой газеты или журнала, найдите в них материал, составленный в жанре: фичер, кейс-стори, обзорно-аналитическая статья, интервью. Ответьте на вопросы:

1. Какие характерные черты, схемы построения присущи каждому из этих жанров?
2. Кем они готовились – независимыми журналистами или PR-специалистами?
3. Чьи интересы стремились продвинуть эти люди.

Критерий оценки контрольной работы:

При оценивании **письменного** задания учитывается (максимум 25 баллов):

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 10 баллов;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 20 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -25 баллов.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации: тестирование.

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

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. Заголовок 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.
14. Язык масс-медиа в социополитической рамке общества.
15. Язык масс-медиа как инструмент политической власти.
16. Язык масс-медиа и теория герменевтики.
17. Язык масс-медиа в культурной коммуникации. Концепты языка и культуры в контексте текстов медиа.

18. Язык СМИ как вид дискурсивной деятельности. Метафора в дискурсивном анализе.
19. Лингвистическая экспертиза текстов СМИ с позиции (а) содержания, (б) структуры и (в) языка.
20. Роль общественно-политической терминологии в области современных СМИ.
21. Аналитизм в русской речи и его проявление в речи СМИ.
22. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса.
23. Современное радио России.

Вопросы для тестирования

Формируемые компетенции: ПК-2.1; ПК-3.4.

1. Форма диалога присутствует в журналистском жанре:
 - а) интервью +
 - б) отчета
 - в) заметки
2. К исследовательско — образным жанрам журналистики относится:
 - а) памфлет
 - б) эссе +
 - в) статья
3. Закон РФ «О средствах массовой информации» был принят в:
 - а) 1994 году
 - б) 2001 году
 - в) 1991 году +
4. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации закреплена в Законе РФ статьей:
 - а) четвертой +
 - б) восьмой
 - в) двенадцатой
5. Деятельность СМИ может быть прекращена или приостановлена на основании Закона РФ статьей:
 - а) двадцатой
 - б) одиннадцатой
 - в) шестнадцатой +
6. Первые печатные периодические издания возникли после изобретения Книгопечатания:
 - а) Иваном Федоровым
 - б) Иоганном Гуттенбергом +
 - в) Теофрастом Рено
7. Журналистов образно называют представителями:
 - а) третьей власти
 - б) второй власти
 - в) четвертой власти +
8. Пергамент как материал для письма был изобретен в:
 - а) Азии +
 - б) Африке
 - в) Европе
9. Бумага попала в Европу через Японию и арабские страны в:
 - а) 8 веке
 - б) 14 веке
 - в) 10 веке +
10. День свободной прессы в РФ отмечается:
 - а) 22 января

- б) 13 января +
в) 3 января
11. Главная цель журналистского труда состоит в:
а) передаче информации +
б) создании журналистского текста
в) сборе информации
12. Информационное сообщение о событии или мероприятии — это:
а) очерк
б) отчет +
в) эссе
13. Эффект присутствия, достоверности, сопереживания характерен для:
а) репортажа +
б) корреспонденции
в) фельетона
14. Распространение продукции СМИ допускается в том случае, если:
а) формирование издания завершено
б) сотрудники редакции проголосовали за выход издания
в) главным редактором дано разрешение на выход в свет (эфир) +
15. Шеф — редактор — это:
а) заведующий отделом +
б) издатель
в) ответственный секретарь
16. Альманахами называют издания СМИ, выходящие
а) еженедельные издания
б) один раз в квартал (год) +
в) один раз в месяц
17. Формат газеты «Комсомольская правда»:
а) А3 +
б) А4
в) А2
18. Журналист — это посредник между информацией и:
а) редактором
б) человеком
в) миром
19. Анкетирование как способ получения информации используется в жанре:
а) рецензии
б) отчета
в) репортажа +
20. Одна из главных целей журналистского труда:
а) интенсификация
б) коммуникация +
в) репрезентация

Критерий оценки теста: за каждый правильный ответ ставится в два балла (максимум 40 баллов).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Литература

Основная

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/587376>
2. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/585012>
3. Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии : учебное пособие / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская. - 6-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2022. - 160 с. - ISBN 978-5-9765-0347-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1875184>

Дополнительная:

1. Кузьмина, Н. А. Активные процессы в русском языке и коммуникации новейшего времени: учебное пособие / Н. А. Кузьмина, Е. А. Абросимова. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1423-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1147333>
2. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста: учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/557118>
3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: пособие / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 131 с. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232028>
4. Пантелеев, А. Ф. Язык рекламы: монография / А. Ф. Пантелеев, А. Инос. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: РИОР, 2024. - 240 с. - ISBN 978-5-369-02126-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161506>
5. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>
6. Трищенко, Д. А. Копирайтинг: учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542706>

Рекомендуемая:

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 264 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1042184>

2. Рацибурская, Л. В. Специфика современного медийного словотворчества: учебное пособие / Л. В. Рацибурская, Н. А. Самыличева, А. В. Шумилова. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 136 с. - ISBN 978-5-9765-1925-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1147363>
3. Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 412 с. - ISBN 978-5-9765-1668-7. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/104222>
4. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150925>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR
9. www.mediascope.ru/node/743
10. www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/ruspress
11. www.bibliotecar.ru
12. www.biblioclub.ru
13. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
14. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // www.soob.ru
15. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
16. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
17. Справочно-информационное WEB-издание «PR-info» // www.prinfo.webzone.ru
18. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru

6.3.Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows

2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы практических занятий

Тема 1. Политический дискурс в СМИ

Учебные вопросы:

1. Интерпретация политического дискурса в СМИ.
2. Прецедентные формы в текстах политического дискурса.
3. Политическая метафора.

Тема 2. Язык конкретных каналов коммуникации.

Учебные вопросы:

1. Язык печати.
 - Композиционные структурные, языковые особенности газетных текстов. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка.
 - Типология жанров: информационные, аналитические и художественно-публицистические.
 - Заголовок в современных газетных и журнальных текстах.
 - Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка.
 - Компьютерный корпус текстов современной русской газеты.
2. Особенности языка радио и телевидения.
 - Принципы организации радио- и телевизионной речи.
 - О специфике языка теле- и радионовостей.
 - Телеинтервью.
 - Использование различных видов диалога на телевидении.
 - Слово в российском телеэфире.
 - Современное радио России.
3. 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 3. Средства массовой информации и культура общества.

Учебные вопросы:

1. Язык СМИ и языковая норма.
2. Языковая эволюция языка СМИ. Внутренние и внешние заимствования. Активные процессы в семантике, фонетике, орфографии, словообразовании.
3. СМИ и речевой этикет нации.
4. Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры.

Тема 4. Язык СМИ в моделировании идеологической картины мира.

Учебные вопросы:

1. Понятие «идеология» в современном гуманитарном знании. Типы идеологий в XX и XXI вв. Основное средство идеологии любого типа.
2. Языковые приемы в тоталитарной идеологии (на примере гитлеровской Германии).
3. Языковые приемы в СМИ, которые использует власть для формирования тоталитарной идеологии (на примере периодической печати).

4. Языковые приемы, формирующие демократическую идеологию (на примере качественной российской прессы).

Тема 5. Язык масс-медиа как средство психологического воздействия.

Учебные вопросы:

1. Понятие психолингвистика. Ее цели и задачи. Этапы развития психолингвистики как науки. Ее отличие от НЛП.
2. Функции психолингвистики в современных медиа. Языковое выражение психолингвистических приемов в современных медиатекстах (на примере политических текстов СМИ).
3. Понятие мифа. Система мифов. Их характеристика. Функции мифа. Миф как коммуникативная и идеологическая система в обществе.
4. Язык как основное средство построения мифа. Языковые особенности мифологизации в прессе (на различных примерах новейших медиа).

Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины «Язык и речь современных медиа» – изучение особенностей языка российских СМИ.

Задачи учебной дисциплины:

- ~ расширить представление студентов о разнообразии языка СМИ;
- ~ сформировать навыки комплексного лингвистического анализа текстов СМИ;
- ~ овладеть комплексной системой знаний, которые будут направлены на адекватное понимание разных текстов медиа;
- ~ овладеть способами продуцирования современных медийных текстов разной жанровой и тематической направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные формы устной и письменной речи в профессиональной коммуникации; основные принципы и методы современного копирайтинга и современные концепции коммуникативистики при создании текстов в рекламе и PR.

Уметь: выбирать удачную коммуникативную стратегию создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в рекламный текст (продукт); организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламных и PR-текстов.

Владеть: навыками написания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности, а также формами корректной устной и письменной речью в профессиональной коммуникации; навыками составления рекламных и PR - текстов с учетом основных коммуникационных стратегий; спектром креативных приемов и техник создания текста.