

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Практикум по журналистике»

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 45.03.01 Филология
(код, уровень и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Прикладная филология
(наименование ОПОП)

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная

Разработчик (и): *О.И. Северская*, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник ФГБУН Институт русского языка им. В.В.Виноградова РАН, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».

Рецензенты:

Басовская Евгения Наумовна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой медиаречи Российского государственного гуманитарного университета;

Богуславская Олеся Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики и литературоведения Института филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является отработка на учебном практическом материале основ профессиональной деятельности в медиаиндустрии, что будет способствовать созданию студентами качественного медиапродукта.

Задачи освоения дисциплины:

закрепить и расширить уже полученные теоретические знания;
изучить ключевые правила и задачи при производстве медиапродукта;
освоить и закрепить навыки работы в любых видах и типах медиа;
получить новые профильные навыки и умения;
повысить уровень журналистских навыков создания информационного продукта;
совершенствовать творческие приемы и медиапрактики;
получить первичный практический опыт для будущей профессиональной деятельности в журналистике.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.03.01 Филология, дисциплина «Практикум по журналистике» (Б1.В.ДВ.01.02)
(код и наименование направления)

относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, к модулю «Дисциплины по выбору» (Б1.В.ДВ.1), являясь элективной.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ОПК-2: Способен использовать в профессиональной деятельности основные положения и концепции теории коммуникации	ОПК-2.4. Соотносит лингвистические концепции в области истории и теории основного изучаемого языка	характеристики публицистического стиля, репертуар выразительных языковых средств и тактик речевого действия	создавая яркие языковые образы реальности, транслировать свое видение «картины мира» адресату сообщения	приемами речевого воздействия и тактиками привлечения внимания
ОПК-5: Способен использовать в профессиональной деятельности, в том числе педагогической, свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и	ОПК-5.1: Владеет основным изучаемым языком в его литературной форме	нормы и правила русского литературного языка, стилистические характеристики публицистического текста, учитывать вариантность норм	настраиваться на языковой мир адресата, выбирая слова и выражения, знакомые и понятные большинству, пополняя свой активный словарный запас	разговорной речью, приемами придания речи особой выразительности и изобразительности

приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке;				
	ОПК-5.4. Использует изучаемый язык для различных ситуаций устной, письменной и виртуальной коммуникации.	возможности использования тех или иных речевых средств в конкретных ситуациях, возможности и ограничения, присущие устной, письменной и виртуальной коммуникации	выбирать и переключать стилевые регистры в зависимости от условий и канала коммуникации	приемами перефразирования сообщения в зависимости от темы, жанра, стилевой тональности создаваемого медиапродукта и особенностей межличностного взаимодействия
ПК-1: Владеет технологиями сбора, подготовки и представления общественно актуальной информации через СМИ; базовыми навыками создания на основе стандартных методик различных типов текстов (журналистских, рекламных, в том числе текстов для социальных сетей) в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилевыми требованиями	ПК-1.3. Владеет базовыми навыками копирайтинга и креативного письма.	основы копирайтинга и рерайтинга, способы предъявления информации в медиатексте, законы композиции, требования жанров и форматов	создавать медиатексты в заданном формате, жанре и стиле	Стандартными методиками и схемами создания медиапродуктов разных типов, форматов и жанров
ПК-2: Владеет базовыми навыками доработки и обработки (корректур, редактирование, комментирование) различных типов текстов СМИ, работы над содержанием и формой журналистских и	ПК-2.3. Осуществляет редактирование и корректуру текстов различных типов, аргументируя свои действия; готовит тексты для публикации на веб-сайтах и в социальных сетях	норму и речевые тренды, требования к языку медиатекста, предъявляемые различными каналами коммуникации, стилевые характеристики интернет-коммуникации	выбирать адекватные журналистской задаче и мысли слова, выражения, фразеологические обороты и синонимические средства, приемы создания подтекста и иносказания, использовать языковую игру	редакторскими и корректорскими навыками, алгоритмами рерайтинга и сторителлинга.

рекламных текстов				
-------------------	--	--	--	--

4. Содержание дисциплины

1. «Медиастистика: общие характеристики медиатекста и индивидуальный стиль текста, автора, СМИ».

Содержание: Медиастистика и медиастиль. Медиадискурс: информационный, публицистический, развлекательный. Интенциональность. Нарративность. Гипертекстуальность. Авторское начало и роли автора: информатор, интервьюер, репортер, аналитик, выразитель мнения. Авторское начало и деперсонализация. Медиастиль и стиль конкретных медиа и СМИ.

2. Стилистика интернет-текста: предметная область и стилевые доминанты

Содержание: Интернет-текст и его параметры: незавершенность; нелинейность; подвижность; мультимедиаальность; интерактивность. Силевые доминанты Интернета: кликбейт, холивар, хайп. Язык вражды, хейтинг, троллинг и элфтинг. Факт, фактоид, фейк.

3. Ведущие жанры интернет-коммуникации.

Содержание: Жанры интернет-текстов: новость, ньюслеттер, комментарий, блог, мем. Подача новости в интернете. Алгоритм создания качественной новостной заметки. Сетевой комментарий: особенности, типология. Алгоритм дельного комментария. Блоги: текстовые, визуальные и аудиальные; официальные, корпоративные, групповые, личные. Языковые средства, используемые в блогинге. Мемы: типы, алгоритм создания.

4. Новости как дискурс.

Содержание: Новость как тип дискурса (концепция Т.А.Ван Дейка). Макро- и суперструктуры новостей, роль знаний, сценариев и моделей в интерпретации. Тематические «вводки». Стратегия производства новостей. Смысловой анализ журналистского текста: лингвоцентрический, текстоцентрический, антропоцентрический. Алгоритм анализа текста. Автор – рассказчик – персонаж. Речевые формы «чужого» текста.

5. Стилистика радиотекста.

Содержание: Радио в условиях гибридизации. Аудитория: «радиозрители» или «телеслушатели»? Визуализация и вербализация. Радио в интернете. Радио и аудиоканал восприятия. Функции радио. Достоинства и недостатки радио. Принципы «письма для слуха». История в радиоэфире.

6. Выразительные средства и жанры радиожурналистики.

Содержание: Звуковой образ. Выразительные средства радиожурналистики: формообразующие и стилеобразующие. Монтаж и монтажная фраза. Жанры и формы радиожурналистики. Информационные, аналитические, документально-

художественные. Виды и техника ведения радиоинтервью. Способы привлечения внимания аудитории. Подкастинг.

7. Стилистика телетекста.

Содержание: Специфика телевидения: вездесущность, экранность, непосредственность, simultaneity, эффект присутствия, персонифицированность информации. Текст и «картинка». Язык экрана: кадр, ракурс, верстка. Структура телетекста. Информация на ТВ. Ток-шоу как ведущий формат.

8. Стилистика рекламы.

Содержание: Визуальные и вербальные компоненты рекламы. Заголовок и текст рекламного сообщения. Принцип серийности. Приемы воздействия на адресата. Жанры и форматы рекламы. Специфика рекламы в печати, интернете, на радио и ТВ.