



СИЛАБУС КУРСУ
МЕДІАЛІНГВІСТИКА
2025/2026 н.р.

Ступінь вищої освіти – **перший (бакалаврський)**

Освітня програма: **«Правова журналістика»**

Дні занять:

Консультації: відповідно до встановленого розкладу

Рік навчання: II, Семестр: III

Кількість кредитів: 4. Мова викладання: українська

Керівник курсу – канд. філол. наук, доцент **Блашків Ольга Володимирівна**

Контактна інформація: email: o.blashkiv@wunu.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Викладання навчальної дисципліни визначене потребами часу, розумінням фахівцями функціональної специфіки використання мови в різних комунікативних ситуаціях, необхідністю знань про стилістичний потенціал медійної мови. Медіалінгвістика є сучасною галуззю лінгвістичних знань, яка спрямована на комплексне вивчення особливостей медіадискурсу та медіатексту.

Головна мета курсу – знайомство з однією із новітніх галузей лінгвістичного знання, націленою на комплексне вивчення сучасного медіатексту й медіадискурсу; сформувати цілісне уявлення про закони сучасної медіакомунікації, тренди світових інформаційних змін, розуміння стратегій та тактик медіапростору, що дозволяють зробити медійний продукт більш якісним та потрібним.

Основні цілі та завдання навчального курсу «Актуальні питання медіалінгвістики»:

- формування цілісного уявлення про комунікативний процес, про основні періоди становлення національних інформаційних просторів;
- аналіз становлення нових комунікативних зв'язків, нових читацьких потреб та відповідних типологічних змін у журналістському процесі;
- дослідження культурних знаків (семіотика);
- аналіз медійного тексту у лінгвостилістичному аспекті;
- оволодіння технікою комплексної правки медійного тексту;
- уміння робити коректорську правку різних типів і жанрів медійних текстів; - аналіз різного типу мовленнєвих помилок в усному й писемному медійному тексті (лексичних, морфологічних та синтаксичних);
- набуття навичок професійно працювати з медійним текстом, оброблювати і підбирати довідково-інформаційний матеріал.

Формат курсу

Для вивчення навчальної дисципліни «Актуальні питання медіалінгвістики» передбачено аудиторну роботу, виконання самостійної роботи, дослідницького проєкту, проміжних контрольних робіт та підсумкових форм контролю – модульних контрольних та складання іспиту. Засвоєння слухачами основного матеріалу передбачає використання таких форм навчання: 1) лекційні заняття;

2) семінарські заняття, що передбачають практику підготовки медіатекстів; 3) консультації, які проводяться з метою допомоги у виконанні творчих робіт, роз'яснення окремих розділів теоретичного матеріалу, відпрацювання пропущених занять; 4) самостійна робота студента.

СТРУКТУРА КУРСУ

Годин и (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Медіалінгвістика як напрям сучасного мовознавства	<i>Знати:</i> потреби виникнення нового напрямку лінгвістики. - Фактори становлення медіалінгвістики (стрімке зростання інформаційно-комунікаційних технологій; формування та розвиток єдиного інформаційного простору як нового віртуального середовища текстового спілкування; становлення та наукове осмислення поняття «мова ЗМК»; - Визначення його функціонально-стилістичних особливостей та внутрішньої структури; - Предмет і об'єкт медіалінгвістичних досліджень. - Методи дослідження текстів масової комунікації; <i>Аналізувати</i> лінгвостилістичні ознаки основних типів і жанрів медіатекстів. <i>Розуміти:</i> актуальні проблеми медіалінгвістики. - необхідність застосування інтегрованого підходу до вивчення медіамови, що ґрунтується на об'єднанні спільних зусиль представників різних гуманітарних дисциплін). - медіатекст як базову категорію медіалінгвістики; <i>Пояснювати</i> фокус питань медіалінгвістики (роль ЗМК в динаміці мовних процесів; функціонально-стилістичний статус медіа мовлення; аналіз).	Тести, питання
2 / 2	2. Історія становлення медіалінгвістики	<i>Знати:</i> Медіалінгвістичні студії Американського континенту.	Кейси

		- Концепцію єдиного інформаційного простору (США). - Теорію когнітивного дисонансу у медіадискурсі (США). - Медіалінгвістичні студії Західної Європи. - Традиції лінгвістичного аналізу медіатексту у Великій Британії. - Концепцію «мовного імперіалізму». - Медіалінгвістичні студії у Франції. - Розвиток медіалінгвістики в країнах слов'янського світу. - Синкретизм польських досліджень: мова + медіа, медіа + комунікації, лінгвістика + масмедіа, інформація + лінгвістика. - Нові напрямки досліджень: медіазнавство, пресознавство, медіастилістика. - Історію медіалінгвістики в Україні. - Дослідження у сфері медіалінгвістики: Т. Ю. Ковалевська, О. О. Селіванова, Н. В. Слухай, Н. П. Шумарова, М. Л. Штельмах, С. Г. Чемеркін, О. А. Стишов, Л. Ф. Компанцева, Д. Х. Баранник та ін. - <i>Розуміти</i>: філософію масової комунікації (Канада). - Соціологію масової комунікації (Канада). - Критичний аналіз мови ЗМІ. - Мульти- та інтердисциплінарний аспекти вивчення мови медіа (Німеччина).	
2 / 2	3. Медіатекст як основна категорія медіалінгвістики	<i>Знати і розуміти</i>: медіатекст як різнорівневу структуру, яка об'єднує різнопланові вербальні, візуальні, аудіовізуальні та інші компоненти в єдиному смисловому просторі, що відповідає інноваційним настроям у суспільстві (Г. Солганик). - Авторські інтерпретації медіатексту. - Основні характеристики медіатексту. - Класифікації медіатекстів.	Кейси
2 / 2	4. Медіадискурс	<i>Розуміти</i> медіадискурс як глобальну універсальну категорію сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, в якій відбиваються актуальні настрої суспільства щодо різних сфер діяльності – політики, економіки, культури тощо (Д. Сизонов).	Стандарт изовані завдання, кейси

		<i>Знати і використовувати:</i> - Типи медіадискурсу. - Ознаки медіадискурсу: -групова співвіднесеність (адресант поділяє погляди своєї групи); - публічність (відкритість, орієнтованість на масового адресата); - полемічна зорієнтованість (створення полілогу з подальшою дискусією); - інсценування і масова спрямованість (вплив на кілька груп реципієнтів одночасно); - інформаційна глобальність та всеохопність; - прецедентне місце в геокультурній картині світу.	
2 / 2	5. Лінгвальні фактори медіакомунікації	<i>Знати і застосовувати:</i> - Медійну комунікацію і формування мовних смаків масового реципієнта. <i>Розуміти</i> медійну «лінгвістичну моду». - Вплив масової комунікації на розвиток мови: (1) наближення мовних форм до масової мовної свідомості, трансформація типізованих образів і стандартів з орієнтацією на традицію, стабільність, доступність і прозорість мовлення; (2) інтелектуалізація літературної мови у стилі масової інформації.	кейси
2 / 2	6. Екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори медіакомунікації	<i>Вміти аналізувати та застосовувати:</i> - Екстралінгвальні (зовнішньомовні) фактори медіакомунікації: глобалізаційні процеси, (зовнішньомовні) фактори медіакомунікації: глобалізаційні процеси, НТП. - появу нових медіаканалів та жанрів. - Інтралінгвальні (внутрішньомовні, власнемовні) фактори медіакомунікації: естетизація мови, специфічність стилістичних норм, тиражування мовних одиниць, активізація форм розмовного стилю, тенденція до стирання меж між стилями та жанрами. <i>Розуміти:</i> - розширення геолінгвістичної картини світу, - «мовну домінантність», - розширення меж комунікативно-інформаційного поля, - економію мовних засобів і ресурсів,	Проблемні завдання, питання

2 / 2	7. Етичні та гендерні фактори медіакомунікації	<i>Вміти аналізувати та застосовувати:</i> - Етичний критерій як регулятор поведінки медійника. - Медійну етику. - Журналістську етику. - Нормативні документи: Закон України «Про інформацію» (відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650), Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», - Кодекс професійної етики українського журналіста. <i>Розуміти:</i> - Гендерні ролі та їх відображення в мовній картині світу. - Гендерні стереотипи. - Мовну дискримінацію. - Мову ворожнечі.	Проблемн і завдання, питання
2 / 2	8. Методи аналізу медіатексту	<i>Знати і застосовувати:</i> - Метод медіамоніторингу (прагмалінгвістичний моніторинг). - Метод критичного аналізу. - Метод дискурс-аналізу. - Метод лінгвістичної експертизи медіатексту. - Метод контент-аналізу. - Змістово-логічний метод ЗМІ. - Метод когнітивного аналізу. - Метод лінгвокультурного аналізу.	Кейси
2 / 2	9. Жанри медіатекстів та особливості їх функціонування у сучасному медіапросторі	<i>Вміти аналізувати та застосовувати:</i> - Критерії класифікації медіажанрів (предмет відображення інформаційної дійсності; цільова установка; методи відображення медіакомунікації; формотвірний критерій; мовно-стильова специфіка). - Компоненти медійного тексту: інформаційний привід (повідомлення, факт дійсності, інформаційний сюжет); фрагментарне або ґрунтовне осмислення інформаційної ситуації; прийоми емоційного впливу на аудиторію; жанрові характеристики. - Інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні жанри, жанр реклами,	Тести, кейси

		неожанри. Їх лінгвістична характеристика. <i>Розуміти</i> лінгворекламістику як галузь лінгвістичного вчення.	
2 / 2	10. Інформаційні жанри медіа – мовознавчий підхід	<i>Розуміти і аналізувати:</i> - Новини як підвид медіажанру. - Замітку та її лінгвістичні характеристики. - Репортаж як інформаційний жанр масмедіа. - Інформаційний звіт та його лінгвістичні відмінності. - Бліц-опитування та бліц-інтерв'ю. <i>Знати:</i> Різновиди інформаційної кореспонденції та її характеристики; <i>Розрізняти:</i> Інформаційне інтерв'ю та підтипи жанру інтерв'ю: протокольне інтерв'ю, інтерв'ю – анкета, інтерв'ю – портрет, проблемне інтерв'ю; інтерв'ю- дискусія.	Проблемні завдання, тести
2 / 2	11. Аналітичні жанри та їх різновиди: лінгвістичний аспект	<i>Розуміти і аналізувати:</i> - Лінгвістичні риси аналітичних медіа жанрів. - Повтори як способи привернути увагу у тексті. - Значення риторичного питання. - Метафору та її роль в медіа тексті.	Тести, питання, реферати, завдання
2 / 2	12. Художньо-публіцистичні жанри медіа	<i>Знати:</i> Художньо-публіцистичні жанри медіа та їх проблематика. - Лінгвістичні особливості нариса, фельетона, есе, сатиричного коментаря. - Лінгвістичне відображення сатиричного ставлення.	Тести, питання, реферати, завдання
2 / 2	13. Рекламні жанри	<i>Знати:</i> - Лінгвістичні особливості рекламних медіа текстів. - Різновиди та їхні відмінності. - Лінгвістичні засоби впливу. - Оцінку в медіа тексті.	Презентація
2 / 2	14. Медіалінгвістичні технології впливу в різних функціонально-жанрових типах медіатекстів	<i>Вміти аналізувати та застосовувати:</i> - Лінгвістичні стратегії як прийоми ефективної комунікації. - Лінгвістичні тактики як комунікативні прийоми впливу на аудиторію. <i>Розрізняти:</i> Маніпулятивні стратегії викривлення інформації, групової ідентифікації, імунізації висловлювань, модифікації локутивної сили, вербального ультиматуму, позитивного падавання	Проблемні завдання, Кейси

		інформації, маніпулятивного позиціонування, ухиляння від істини.	
--	--	--	--

ЛІТЕРАТУРА

1. Іванова О., Мойсєєва О. Інформаційне суспільство: нові умови, нові ресурси, нові дії. Глобальний світ та локальні медіа. 2018.
2. Пиши сильно: практичні вправи, поради, теорія [текст]/ упоряд. Litosvita. 4-ге вид. Київ : Пабулум, 2020 С. 200-213.
3. Теорія медіалінгвістики : підручник / Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2021. 214 с.
4. Філіппова Н. М. Знак – інформація – мова: семіотика та комунікація : навчальний посібник для самостійної роботи студентів спеціальності 035 «Філологія». Вид. 2-ге, доп. і перероб. Миколаїв : НУК, 2023. 188 с.
5. Beyond New Media: Discourse and Critique in a Polymediated Age (Studies in New Media). Lexington Books. 2021. 288 p.
6. Dimitrova, D.V. Global Journalism: Understanding World Media Systems. Lanham: Rowman & Littlefield, 2021. 258 p.

ПОЛІТИКА КУРСУ

- Середовище в аудиторії є дружнім, доброзичливим, комфортним, творчим, відкритим до конструктивної критики, спрямованим на самовдосконалення особистості.
- Курс передбачає як індивідуальну роботу, так і роботу в команді.
- **Політика щодо дедлайнів і перескладання.** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані в зазначений термін.
- **Політика щодо академічної доброчесності.** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено. Під час роботи над проєктом не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими, оригінальними.
- **Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Якщо студент відсутній на занятті з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

ОЦІНЮВАННЯ

Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Актуальні питання медіалінгвістики» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання Участь у практичних заняттях (1-8) та оцінювання рівня виконання практичних завдань – 60 балів.	Модульний контроль 1 тестування – 40 балів.	Поточне оцінювання Участь у практичних заняттях (9-14) та оцінювання рівня виконання практичних завдань – 60 балів.	Модульний контроль 2 – письмова контр. робота – 40 балів	Тренінги	Самостійна робота

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90–100	відмінно
B	85–89	дуже добре
C	75–84	добре
D	65–74	задовільно
E	60–64	достатньо
FX	35–59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1–34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом.