

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Соціально-гуманітарний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан соціально-гуманітарного
факультету
Оксана ГОМОТЮК
«15» _____ 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-
педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
«15» _____ 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни «МЕДІАЛІНГВІСТИКА»

ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)
галузі знань – 06 «Журналістика»
спеціальність – 061 «Журналістика»
Освітньо-професійна програма – «Правова журналістика»

Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС	Тренінг	Самост. робота студ. (год.)	Разом	Залік (сем.)
денна	2	4	30	30	3	3	98	150	4

20.02.2025

Тернопіль – ЗУНУ
2025

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 06 «Журналістика» спеціальності 061 «Журналістика», затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 11 від 26.06. 2025 р.).

Робочу програму розробила канд. філол. наук, доц. Блашків Ольга Володимирівна

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності (протокол № 1 від 26 серпня 2025 р.)

Завідувач кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності канд. істор. наук, доцент
Ірина НЕДОШИТКО

Гарант ОПП Л.К. Людмила КОМІНЯРСЬКА

1. СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕДІАЛІНГВІСТИКИ»

Опис дисципліни «Актуальні питання медіалінгвістики»

Дисципліна – «Актуальні питання медіалінгвістики»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань: 06 «Журналістика»	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки. Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність: 061 «Журналістика»	Рік підготовки – 2 Семестр – 4
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)	Лекції – 30 год. Практичні заняття – 30 год.
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота – 98 год. Тренінг – 3 год. Індивідуальна робота – 3 год.
Тижневих годин – 10 з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета вивчення дисципліни

«Медіалінгвістика»

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, націленої на комплексне вивчення сучасного медіатексту й медіадискурсу; сформувані цілісне уявлення про закони сучасної медіакомунікації, тренди світових інформаційних змін, розуміння стратегій та тактик медіапростору, що дозволяють зробити медійний продукт більш якісним та потрібним.

2.1. Завдання вивчення дисципліни:

- 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.

2.2. Найменування та опис компетентностей, формування яких забезпечує вивчення дисципліни «Медіалінгвістика»:

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ПК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- ПК5. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

2.3. Передумови для вивчення дисципліни

Курс «Медіалінгвістика» є складником циклу професійної підготовки фахівців-журналістів освітнього рівня «бакалавр» та разом із іншими дисциплінами входить до навчального комплексу спеціальності «Журналістика». Він покликаний створити систему ґрунтовних знань про специфіку діяльності ЗМК, принципи та функції журналістики, типи, види і особливості масово-інформаційної діяльності. Отримані знання дозволяють студентам опанувати різні аспекти діяльності журналіста. Курс готує студентів до вивчення фахових дисциплін в сфері медіалінгвістики.

2.4. Програмні результати:

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- лінгвостилістичні особливості існування усіх видів і форматів ЗМК;
- особливості понять «медіадискурс» та «медіатекст»;
- дистинктивні характеристики медіадискурсу;
- стратегії та тактики медіадискурсу;
- категорії та композиційні елементи медіатексту;
- жанрову диференціацію медіатекстів;

- методи дослідження медіатексту.

вміти:

- охарактеризувати специфіку національних форм суспільної та політичної комунікації, на основі самостійного аналізу видів і жанрів текстів;
- критично мислити та інтерпретувати мовленнєве повідомлення, враховуючи засади медіалінгвістики;
- визначати основні характеристики масової комунікації як специфічної сфери функціонування мови масмедіа та медіатексту;
- здійснювати лінгвістичний аналіз медіатексту;
- визначати роль мовних одиниць різних рівнів у досягненні комунікативної прагматики медіатексту;
- послуговуватися медіалінгвістичними технологіями при створенні висловлення;
- аналізувати функціонально-стилістичний і комунікативнопрагматичний ресурс сучасної медіакомунікації;
- оцінити стилістичний ресурс мовних одиниць різних рівнів у жанрових модифікаціях масмедіа.

3. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

«Медіалінгвістика»

Змістовий модуль 1. Теоретичні питання медіалінгвістики

Тема 1. Медіалінгвістика як напрям сучасного мовознавства

Потреба 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; усвідомлення необхідності застосування інтегрованого підходу до вивчення медіамови, що ґрунтується на об'єднанні спільних зусиль представників різних гуманітарних дисциплін). Предмет і об'єкт медіалінгвістичних досліджень. Актуальні проблеми медіалінгвістики. Фокус питань медіалінгвістики (роль ЗМК в динаміці мовних процесів; функціонально-стилістичний статус медіа мовлення; медіатекст як базова категорія медіалінгвістики; методи дослідження текстів масової комунікації; аналіз лінгвостилістичних ознак основних типів і жанрів медіатекстів).

Тема 2. Історія становлення медіалінгвістики

Медіалінгвістичні студії Американського континенту. Концепція єдиного інформаційного простору (США). Теорія когнітивного дисонансу у медіадискурсі (США). Філософія масової комунікації (Канада). Соціологія масової комунікації (Канада). Медіалінгвістичні студії Західної Європи. Традиції лінгвістичного аналізу медіатексту у Великій Британії. Концепція «мовного імперіалізму». Критичний аналіз мови ЗМІ. Мульти- та інтердисциплінарний аспекти вивчення мови медіа (Німеччина). Медіалінгвістичні студії у Франції. Розвиток медіалінгвістики в країнах слов'янського світу. Синкретизм польських досліджень: мова + медіа, медіа + комунікації, лінгвістика + масмедіа, інформація + лінгвістика. Нові напрямодосліджень: медіазнавство, пресознавство, медіастилістика. Історія медіалінгвістики в Україні. В Україні термін «медіалінгвістика» до наукового обігу був уведений Л. І. Шевченко. (Школа КНУ імені Тараса Шевченка, Д. В. Дергач та Д. Ю. Сизонов). 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.

Тема 3. Медіатекст як основна категорія медіалінгвістики

Медіатекст – різнорівнева структура, 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.

Тема 4. Медіадискурс

Медіадискурс – глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, в якій відбиваються актуальні настрої суспільства щодо різних сфер діяльності – політики, економіки, культури тощо (Д. Сизонов). 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.

Тема 5. Лінгвальні фактори медіакомунікації

Медійна комунікація і формування мовних смаків масового реципієнта. Медійна «лінгвістична мода». 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.

Тема 6. Екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори медіакомунікації

Екстралінгвальні (зовнішньомовні) фактори медіакомунікації: глобалізаційні процеси, (зовнішньомовні) фактори медіакомунікації: глобалізаційні процеси, НТП, розширення геолінгвістичної картини світу, «мовна домінантність», розширення меж комунікативно-інформаційного поля, економія мовних засобів і ресурсів, поява 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.

Тема 7. Етичні та гендерні фактори медіакомунікації

Етичний критерій як регулятор поведінки медійника. Медійна етика. Журналістська етика. 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. Гендерні ролі та їх відображення в мовній картині світу. Гендерні стереотипи. Мовна дискримінація. Мова ворожнечі.

Змістовий модуль 2. Практичні питання медіалінгвістики

Тема 8. Методи аналізу медіатексту

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.

Тема 9. Жанри медіатекстів та особливості їх функціонування у сучасному медіапросторі

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, нежанри. Їх лінгвістична характеристика. Лінгворекламистика як галузь лінгвістичного вчення.

Тема 10. Інформаційні жанри медіа – мовознавчий підхід

Новини як підвид медіажанру. Замітка та її лінгвістичні характеристики. Різновиди інформаційної кореспонденції та її характеристики. Репортаж як інформаційний жанр масмедіа. Інформаційний звіт та його лінгвістичні відмінності. Інформаційне інтерв'ю та підтипи жанру інтерв'ю: протокольне інтерв'ю, інтерв'ю – анкета, інтерв'ю – портрет, проблемне інтерв'ю; інтерв'ю- дискусія. Бліц-опитування та бліц-інтерв'ю.

Тема 11. Аналітичні жанри та їх різновиди: лінгвістичний аспект

Лінгвістичні риси аналітичних медіа жанрів. Повтори як способи привернути увагу у тексті. Значення риторичного питання. Метафора та її роль в медіа тексті.

Тема 12. Художньо-публіцистичні жанри медіа

Художньо-публіцистичні жанри медіа та їх проблематика. Лінгвістичні особливості нариса, фельстона, есе, сатиричного коментаря. Лінгвістичне відображення сатиричного ставлення.

Тема 13. Рекламні жанри

Лінгвістичні особливості рекламних медіа текстів. Різновиди та їхні відмінності. Лінгвістичні засоби впливу. Оцінка в медіа тексті.

Тема 14. Медіалінгвістичні технології впливу в різних функціонально-жанрових типах медіатекстів

Лінгвістичні стратегії як прийоми ефективної комунікації. Лінгвістичні тактики як комунікативні прийоми впливу на аудиторію. Маніпулятивні стратегії викривлення інформації, групової ідентифікації, імунізації висловлювань, модифікації локутивної сили, вербального ультиматуму, позитивного падавання інформації, маніпулятивного позиціонування, ухиляння від істини.

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ

«Актуальні питання медіалінгвістики»

Назва теми	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг	Самостійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Теоретичні питання медіалінгвістики						
Тема 1. Медіалінгвістика як напрям сучасного мовознавства	2	2	2		7	Тести, питання, реферати, завдання
Тема 2. Історія становлення медіалінгвістики	2	2			7	
Тема 3. Медіатекст	2	2			6	
Тема 4. Медіадискурс	2	2			8	
Тема 5. Лінгвальні фактори медіакомунікації	2	2			7	
Тема 6. Екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори медіакомунікації	2	2			7	
Тема 7. Етичні та гендерні фактори медіакомунікації	2	2			7	
Змістовий модуль 2. Практичні питання медіалінгвістики						
Тема 8. Методи аналізу медіатексту	2	2	1		8	Тести, питання, реферати, завдання, кейси
Тема 9. Жанри медіатекстів та особливості їх функціонування у сучасному медіапросторі	2	2			7	
Тема 10. Інформаційні жанри медіа – мовознавчий підхід	2	4			7	
Тема 11. Аналітичні жанри та їх різновиди: лінгвістичний аспект	2	2			7	Тести, питання, реферати, завдання, командні проєкти
Тема 12. Художньо-публіцистичні жанри медіа	2	2			7	
Тема 13. Рекламні жанри	2	2			7	
Тема 14. Медіалінгвістичні технології впливу в різних функціонально-жанрових типах медіатекстів	4	2			8	
Разом	30	30	3	3	83	150

1. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття передбачає інтенсивну роботу в аудиторії. Воно проводиться у формі обговорення питань, дискусії, керованих викладачем або студентами «круглого столу». Складність практичного заняття полягає у тому, що воно потребує серйозної підготовки викладача й академічної групи, мобілізації всіх навичок та можливостей студентів, чіткості його проведення. Крім закріплення і поглиблення раніше отриманих та засвоєних нових знань, практичне заняття стимулює студентів до пошукової діяльності, знайомить із документами та додатковою літературою, вчить роздумам, розвиваючи тим самим творче мислення і сприяє формуванню переконань. Така форма роботи передбачає також обговорення самостійно підготовлених студентами доповідей, рефератів, повідомлень та ін. завдань.

Практичне заняття № 1

Тема: Медіалінгвістика як наука. Медіалінгвістика у структурі лінгвістики та медіології (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Медіалінгвістика як напрям сучасного мовознавства.
2. Об'єкт та предмет медіалінгвістики.
3. Актуальні завдання медіа лінгвістики.
4. Передумови розвитку медіа лінгвістики.
5. Обґрунтуйте тенденції розвитку розмовної мови та її впливу на медіа інформацію.
6. Майбутнє національної мови та суспільний комунікативний запит.
7. Домінантні теми сучасної медіа лінгвістики.
8. Лінгвістичні стратегії і тактики в рамках сучасної медіа комунікації.

II. Практичні завдання

1. Обґрунтуйте, в чому полягає новизна і актуальність сформульованих медіалінгвістикою проблем і вирішуваних завдань: (а) особливостей функціонального розвитку мови в інформаційну добу; (б) динаміки мовно-естетичного ідеалу в масовій комунікації; (в) кореляції комунікативного ефекту з мовною свідомістю різних соціальних страт та ін.
2. Доведіть, що майбутнє національної мови залежить від здатності відповідати суспільним комунікативним запитам, зокрема у медіасфері.
3. Аргументуйте тезу про необхідність вербально конкурувати в сучасних світових інформаційних полях для державної та культурної перспективи України.
4. Визначте якості медіакультурної особистості на кожному рівні медіакультури (медіаобізнаність, медіаграмотність, медіакомпетентність) за складовими: спрямованість особистості, ставлення до візуальної медіареальності, способи когнітивної обробки візуальної медіаінформації, медіаторчість тощо.
5. Опрацюйте статтю, склавши тези: Кардаш Л. В. Поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики. Молодий вчений: Філологічні науки. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe.

III. Контрольні питання:

1. У чому своєрідність радіо й телебачення? З якими інтернет-комунікаціями пов'язана специфіка медіатексту в Інтернеті?
2. Як аналізують медіатекст з огляду на особливості його творення, каналу поширення й лінгвоформатних ознак?
3. Охарактеризуйте нові типи текстів масової комунікації (змішані, креолізовані, полікодові, гіпертексти, мультимедіатексти).

Практичне заняття № 2

Тема: Історія становлення медіалінгвістики (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Медіалінгвістичні студії в США та Канаді.
2. Медіалінгвістика в країнах Західної Європи.
3. Розвиток медіалінгвістики в країнах слов'янського світу.
4. Історія медіалінгвістики в Україні.

II. Практичні завдання:

1. Ознайомтеся з працею Л. Шевченко "Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації" (2013) та сформулюйте основні проблеми розвитку української медіалінгвістики.
2. Проаналізуйте статтю (на вибір) у рубриці "Медійна проблематика в модерній лінгвістиці" збірника "Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика" (<https://apultr.knu.ua/>), сформулювавши перспективу у дослідженні неонапряму в Україні.

III. Контрольні питання:

1. Доведіть необхідність міждисциплінарного (синергетичного) зв'язку американської та канадської медіалінгвістики з психологією, соціологією, політологією та ін. гуманітарними дослідженнями, коли йдеться про об'єктивацію перспектив сучасного аналізу ЗМІ.
2. Проаналізуйте історію ідей в дослідженнях британських, німецьких і французьких учених із проблем медіалінгвістики. Наголосіть на актуальності сформульованих ідей для розвитку української медіалінгвістики.
3. Сформулюйте перспективні завдання сучасної медіалінгвістики, з увагою до проблем модерної масової комунікації.
4. Актуалізуйте термінологічне наповнення поняття "екранних медіа" (за А. Модем) та поясніть причини появи зазначеного терміна в медіалінгвістиці.
5. Ознайомтеся з працями В. Пісарека та інших представників Центру пресознавчих досліджень (Польща). Схарактеризуйте їхній внесок у розвиток досліджень мови масової комунікації.
6. Охарактеризуйте авторські ідеї С. Гайди, Н. Клушиної, Л. Дускаєвої та інших слов'янських мовознавців із позиції впливу на становлення теорії сучасної медіалінгвістики.
7. Наведіть аргументи щодо коректності розрізнення термінопонять медіастилістика та медіалінгвістика в сучасній науці.

Практичне заняття № 3

Тема: Медіатекст як основна категорія медіалінгвістики (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Текст як інформаційна та структурна цілісність.
2. Співвідношення понять «текст» і «медіатекст».
3. Специфіка медіатексту з погляду лінгвістичних і лінгводидактичних досліджень. Інформаційно-структурні та літературні складники медіатексту.
4. Структура медіатексту. Вербальна і невербальна складова медіатексту.
5. Основні категорії медіатексту: - медійність; - масовість; - інтегративність (полікодовість); - відкритість; -інтертекстуальність.
6. Типологія та характерні особливості медіатекстів.
7. Сучасні методи лінгвістичного дослідження медійних текстів.
8. Аналіз медіатексту та складників його структури як спосіб вивчення сучасної журналістської творчості.
9. Інформаційна насиченість тексту. Способи її посилення в медіатексті.

II. Практичне завдання:

Опрацюйте літературу, склавши тези статей:

1) Шебештян Я., Шаповалова Г. Аналіз медіатексту як ефективна форма осмислення та засіб вивчення сучасної журналістської творчості. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (12–13 жовтня 2016 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2016. С. 107.

2) Мірошніченко І. Г. Види стислих текстів сучасних українських мас-медіа за функціонально-прагматичним призначення. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019. № 43. Т. 4. С. 155–158.

III. Контрольні питання:

1. Які поняття ввів у себе термін «медіатекст»? Назвіть сфери його функціонування.
2. Які основні категорії медіатексту?
3. Які медіатексти розрізняють за способом виробництва, за каналом розповсюдження, за тематичною домінантою?
4. Які групи журналістських текстів виокремлюють за функціонально-жанровим типом?
5. Охарактеризуйте основні підходи до вивчення медіатексту.
6. Що входить до основних інформаційно-структурних складників традиційного медіатексту?
7. Які існують основні методи лінгвістичного дослідження медійних текстів?

Практичне заняття № 4

Тема: Медіадискурс (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Медіадискурс як глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, в якій відбиваються актуальні настрої суспільства щодо різних сфер діяльності – політики, економіки, культури тощо (за Д. Сизоновим).
2. Типи медіадискурсу.
3. 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.

Практичне заняття № 5

Тема: Лінгвальні фактори медіакомунікації (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Медійна комунікація і формування мовних смаків масового реципієнта.
2. Медійна «лінгвістична мода».
3. 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.

II. Практичне завдання:

1. Схарактеризуйте поняття масової комунікації, покликаючись на українські та зарубіжні праці з медіалінгвістики.
2. Визначте типи масової комунікації (за У. Еко, Д. МакКвейлом та ін.), сформулюйте підходи до класифікації типів медіакомунікації.

3. Поясніть, чому з погляду лінгвістики медіакомунікація є домінантною одиницею в сучасному інформаційному глобалізованому просторі.

Практичне заняття № 6

Тема: Екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори медіакомунікації (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Екстралінгвальні (зовнішньомовні) фактори медіакомунікації:
 - глобалізаційні процеси,
 - (зовнішньомовні) фактори медіакомунікації: глобалізаційні процеси, НТП, розширення геолінгвістичної картини світу,
 - «мовна домінантність»,
 - розширення меж комунікативно-інформаційного поля, економія мовних засобів і ресурсів, поява нових медіаканалів та жанрів.
2. 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.

II. Практичне завдання:

1. Схарактеризуйте естра- та інтралінгвальні фактори, що впливають на формування медіадискурсу.
2. Визначте, чому дослідники розглядають естра- та інтралінгвальні фактори при аналізі медіакомунікації у взаємозалежності.
3. Проаналізуйте, які фактори можуть вплинути на динамізм в оновленні й розвитку мовної системи засобів масової інформації.

III. Поточні контрольні запитання/завдання

1. Які екстралінгвальні чинники впливають на зміну медіатекстів в інформаційному потоці?
2. Які існують інтралінгвальні чинники (внутрішньомовні), що впливають на функціонування нового формату медіатекстів?
3. Які зміни відбуваються в мові медіатекстів кінця XX – початку XXI століття?
4. На які групи поділяються сучасні запозичення відповідно до сфер уживання?
5. Які чинники здійснюють помітний вплив на експресивність журналістського тексту? Назвіть засоби досягнення експресії в журналістських матеріалах.
6. Наведіть приклади фразеологізмів, які вживаються в масовій комунікації.
7. Які стилістичні функції виконують фразеологізми в мові ЗМІ?

Практичне заняття № 7

Тема: Етичні та гендерні фактори медіакомунікації (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Етичний критерій як регулятор поведінки медійника.
2. Медійна етика.
3. Журналістська етика.
4. Нормативні документи:
 - Закон України «Про медіа»,
 - Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»,
 - Кодекс професійної етики українського журналіста.
5. Гендерні ролі та їх відображення в мовній картині світу.
6. Гендерні стереотипи.
7. Мовна дискримінація.
8. Мова ворожнечі.

Практичне заняття № 8

Тема: Методи аналізу медіатексту (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Метод медіамоніторингу (прагмалінгвістичний моніторинг).
2. Метод критичного аналізу.
3. Метод дискурс-аналізу.
4. Метод лінгвістичної експертизи медіатексту.
5. Метод контент-аналізу.
6. Змістово-логічний метод ЗМІ.
7. Метод когнітивного аналізу.
8. Метод лінгвокультурного аналізу.

II. Практичне завдання:

1. Опрацюйте літературу, склавши тези статей:

1) Шебештян Я., Шаповалова Г. Аналіз медіатексту як ефективна форма осмислення та засіб вивчення сучасної журналістської творчості. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської науковопрактичної конференції (12–13 жовтня 2016 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2016. С. 107.

2) Мірошніченко І. Г. Види стислих текстів сучасних українських мас-медіа за функціонально-прагматичним призначення. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019. № 43. Т. 4. С. 155–158.

Практичне заняття № 9

Тема: Жанри медіатекстів та особливості їх функціонування у сучасному медіапросторі (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Лінгвістичні підходи до вивчення медіа жанрів.
2. Головні критерії медіажанрів.
3. Інформаційні жанри медіа в мовознавчій інтерпретації.
4. Аналітичні жанри медіа в лінгвістичному аналізі
5. Художньо-публіцистичні жанри медіа в проєкції на стилістичну проблематику
6. Жанри реклами в лінгвістичній аспектології.
7. Нові жанри медіа в суспільній комунікації.

II. Практичне завдання:

1. Визначте, за якими критеріями в сучасній медіалінгвістиці класифікують жанри медійної комунікації?
2. Чому існують різні підходи до класифікацій? Наведіть Ваші аргументи.
3. Доведіть, чим зумовлені синкретичні зв'язки між різними інформаційними жанрами медіа. Назвіть домінантні мовні характеристики інформаційних жанрів, що відрізняють та специфікують їх тексти.

Практичне заняття № 10

Тема: Інформаційні жанри медіа – мовознавчий підхід (4 год)

I. Питання для обговорення

1. Новини як підвид медіажанру.
2. Специфіка різних функціонально-жанрових типів медіатексту: новини:
 - 2.1. медійні особливості новинного тексту;
 - 2.2. фонографічні ознаки новинного тексту;
 - 2.3. лексичні атрибути тексту новин;
 - 2.4. словотворчі інновації у новинних текстах;
 - 2.5. морфологічні риси новинних медіатекстів;
 - 2.6. особливості використання синтаксичних конструкцій у текстах новин;
 - 2.7. мовна гра у новинному тексті.
3. Замітка та її лінгвістичні характеристики.

4. Різновиди інформаційної кореспонденції та її характеристики.
5. Репортаж як інформаційний жанр масмедіа.
6. Інформаційний звіт та його лінгвістичні відмінності.
7. Інформаційне інтерв'ю та підтипи жанру інтерв'ю:
 - протокольне інтерв'ю,
 - інтерв'ю-анкета,
 - інтерв'ю-портрет,
 - проблемне інтерв'ю;
 - інтерв'ю-дискусія.
8. Бліц-опитування та бліц-інтерв'ю

II. Практичне завдання:

1. Охарактеризуйте сучасні інформаційні жанри медіа?
2. У чому полягає сутність розрізнення інформаційних та аналітичних жанрів?
3. Наведіть приклади використання складних речень (сполучникових і безсполучникових) у сучасному новинному дискурсі.

Практичне заняття № 11

Тема: Аналітичні жанри та їх різновиди: лінгвістичний аспект (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Головні критерії виділення аналітичних медіажанрів. Медійні особливості аналітичних текстів.
2. Аналітична стаття та її риси.
3. Аналітичний огляд: критерії виділення та відмінні риси.
4. Аналітичне інтерв'ю як форма медійного діалогу.
5. Аналітична рецензія.
6. Аналітична медійна бесіда.
7. Фонографічні ознаки текстів інформаційної аналітики.
8. Лексичні атрибути цього типу медіатекстів.
9. Особливості словотвору в аналітичних текстах.
10. Морфологічні риси аналітичних текстів.
11. Специфіка використання синтаксичних конструкцій у текстах інформаційної аналітики.
12. Мовна гра у текстах інформаційної аналітики.

Практичне заняття № 12

Тема: Художньо-публіцистичні жанри медіа (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Художньо-публіцистичні жанри медіа та їх проблематика.
2. Синкретизм художньо-публіцистичних жанрів.
3. Основні характеристики нарису.
4. Фейлетон та засоби сатиричного зображення недоліків суспільного життя.
5. Есе (есей) як особливий жанр.
6. Сатиричний коментар та його лінгвістичні риси. Лінгвістичне відображення сатиричного ставлення.
7. Фонографічні ознаки цього типу медіатекстів.
8. Лексичні атрибути публіцистичного тексту.
9. Особливості словотвору у публіцистиці.
10. Морфологічні риси публіцистичних медіатекстів.
11. Специфіка використання синтаксичних конструкцій у публіцистичних текстах.
12. Мовна гра у публіцистичному тексті.

II. Практичне завдання:

1. Дослідіть уживання найтиповіших синтаксичних одиниць у мові текстів ЗМІ на початку ХХІ століття.

Практичне заняття № 13

Тема: Рекламні жанри (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Рекламні жанри в лінгвістичному аспекті.
2. Внутрішня реклама та її лінгвістичні характеристики.
3. Зовнішня реклама в об'єктиві лінгвістики.
4. Особливості вивчення креалізованого тексту.
5. Комерційна реклама та рекламний слоган.
6. Політична реклама.
7. Тексти соціальної реклами.
8. Нові жанри медіа в суспільній комунікації.

II. Практичне завдання:

1. Напишіть анотації чи сценарії до рекламних медіатекстів.

Практичне заняття № 14

Тема: Медіалінгвістичні технології впливу в різних функціонально-жанрових типах медіатекстів (2 год)

I. Питання для обговорення

1. Лінгвістичні стратегії як прийоми ефективної комунікації.
2. Лінгвістичні тактики як комунікативні прийоми впливу на аудиторію.
3. Маніпулятивні стратегії викривлення інформації,
 - групової ідентифікації,
 - імунізації висловлювань,
 - модифікації локутивної сили,
 - вербального ультиматуму,
 - позитивного падавання інформації,
 - маніпулятивного позиціонування,
 - ухиляння від істини.

II. Практичне завдання:

1. Проаналізуйте пропонований або самостійно обраний медіатекст, у якому використанні маніпулятивні стратегії викривлення інформації або ін. лінгвістичні тактики як комунікативні прийоми впливу на аудиторію.

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

Завдання для самостійної роботи з дисципліни «Медіалінгвістика» є видом позааудиторної роботи студентів і виконуються ними самостійно в процесі вивчення програмового матеріалу.

Метою цього виду роботи є оволодіння навичками самостійного вивчення частини програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студентів з навчального курсу програми.

У навчальному процесі використовуються такі види самостійної роботи студента:

- конспекти з окремих тем програми;
- анотування і рецензування прочитаної додаткової літератури з дисципліни;
- підготовка повідомлень з тем, що стосуються майбутнього фаху.

Результати самостійної роботи студент занотовує в окремому зошиті, що перевіряється викладачем.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та тем курсу	Академічний контроль	Термін виконання (тижні)
-------------------------------	----------------------	--------------------------

Тема 1. Медіалінгвістика як напрям сучасного мовознавства	конспект тез	II-III
Тема 2. Історія становлення медіалінгвістики	презентація	IV
Тема 3. Медіатекст	коротка письмова відповідь	V
Тема 4. Медіадискурс	конспект тез	VI
Тема 5. Лінгвальні та екстралінгвальні фактори медіакомунікації	коротка письмова відповідь	VII
Тема 6. Етичні та гендерні фактори медіакомунікації	коротка письмова відповідь	VIII
Тема 7. Методи аналізу медіатексту	конспект тез + коротка письмова відповідь	IX- X
Тема 8. Жанри медіатекстів та особливості їх функціонування у сучасному медіапросторі коротка письмова відповідь + відповідь на практичному занятті 5*4 XI-XV	коротка письмова відповідь + відповідь на практичному занятті	XI-XIII
Тема 9. Особливості візуального сприйняття медіатекстів	Онлайн-тренажери у: http://type.method.ac/ (набрати 80 або більше) http://shape.method.ac/ (80 або більше) http://www.tothepoint.co.uk/us/fun/i-shot-the-serif/ (набрати 250 або більше)	XIV
Тема 10. Медіалінгвістичні технології впливу в різних функціонально-жанрових типах медіатекстів	коротка письмова відповідь + відповідь на практичному занятті	XIV-XV

Критерії оцінювання самостійної роботи

Кількість балів	Критерії оцінювання
90-100	Здобувач демонструє глибокі міцні знання, логічно, повно, грамотно викладає матеріал, ілюструючи його доречними самостійно дібраними прикладами. Свідомо виправляє власні помилки.
85-89	Здобувач демонструє високий рівень знань, логічно, повно, грамотно викладає матеріал, ілюструючи його доречними самостійно дібраними прикладами. Допускає окремі неточності у викладі або при доборі прикладів.
75-84	Здобувач самостійно, повно викладає матеріал, допускаючи незначні помилки, які не завжди виправляє без сторонньої допомоги. Відчуває незначні труднощі при доборі прикладів або не всі теоретичні положення може пояснити на прикладі.
65-74	Здобувач самостійно, але неповно і з помилками викладає матеріал, відчуває труднощі при доборі прикладів. Може частково порушувати логіку викладу. Помилки виправляє з допомогою викладача.
60-63	Здобувач демонструє поверхові знання теоретичного матеріалу, не може дібрати прикладів, порушує логіку викладу, робить грубі помилки, які не завжди виправляє.
59 і менше	Здобувач викладає теоретичний матеріал дуже поверхово, допускає логічні та грубі граматичні помилки, не може дібрати жодного прикладу для ілюстрації викладених положень.

7. ТРЕНІНГ З ДИСЦИПЛІНИ

Тренінг як сучасна технологія викладання у вищій школі – це цікавий процес пізнання себе та інших; спілкування; ефективна форма опанування знань; інструмент для формування умінь і навичок; форма розширення досвіду та інструмент поєднання теоретичних і практичних знань.

Метою проведення тренінгу з дисципліни «Медіалінгвістика» є набуття навчального досвіду з тим, щоб досягти ефективного виконання поставлених завдань в одному із видів діяльності або в певній сфері.

Методи навчання, які використовують для проведення тренінгу: *групово дискусія* – спільне обговорення якогось суперечливого питання, що дає змогу прояснити або змінити думки, позиції та настанови учасників групи в процесі безпосереднього спілкування; *метод конкретних ситуацій (кейсів)*: інформацію, яка подається у вигляді фактів і базується на реальній ситуації, слід проаналізувати й дати рекомендації щодо її опрацювання; *обговорення* – метод, що передбачає активний обмін думками, враженнями, знаннями та досвідом між усіма учасниками тренінгу; *"мозковий штурм"* – метод, при якому всі учасники можуть вільно (без критики й оцінювання з боку ведучого та інших учасників) висловлювати будь-які свої думки, навіть абсурдні та фантастичні, щодо поставленого питання або проблеми; *аналіз критичних випадків* – метод докладного розгляду якоїсь однієї події з метою усвідомлення досвіду, формулювання висновків та планування дій, які можуть дати позитивні зміни в майбутньому.

ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ (3 ГОД.)

Тема тренінгу: «**Методика проведення лінгвістичного аналізу тексту**» передбачає розв'язання таких завдань:

1.	З'ясування основних етапів лінгвістичного аналізу художнього тексту.
2.	Повторення прийомів дослідження мови художнього твору.
3.	Пояснення як ви розумієте поверхневий і глибинний аналіз художнього тексту.
4.	Пояснення на прикладах термінів "предметний", "образний" та "ідейний" аналіз художнього тексту.
5.	Пояснення чим відрізняється лінгвістичний аналіз нехудожнього тексту.
6.	Врахування жанрових особливостей медіатексту.
7.	Презентація особливостей проведення лінгвістичного аналізу текстів різних стилів

Структура тренінгу передбачає:

- 1) вступ: - відкриття тренінгу, привітання, знайомство;
- обговорення правил роботи групи;
- передмова викладача/тренера про мету й основний зміст тренінгового заняття;
- очікування учасників від тренінгового заняття (анкета);
- 2) хід тренінгового заняття:
- визначення рівня знань та інформованості з обговорюваної теми;
- визначення, чому проблема є актуальною й важливою для суспільства;
- побудова алгоритму вирішення завдань;
- отримання практичних умінь і навичок (аналіз текстів, вирішення проблем);
- 3) висновки: - обговорення результатів роботи;
- обмін думками і враженнями;
- оцінка ступеня реалізації очікувань (анкета).

8. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Процес активізації навчання вимагає певної спільної діяльності студента і викладача, застосування різноманітних засобів, форм, системи дій, прийомів, спрямованих на виконання навчальних завдань.

Під час викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так й інтерактивних навчальних технологій, серед яких: робота в малих групах, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, дебати, диспути, дискусії, студентські проекти, а також лекції практичні та

індивідуальні заняття, консультації, бесіди, тестування, робота з літературою, реферування, самостійна робота. У навчальному процесі передбачається використання новітніх комп'ютерних технологій.

Складним є те, що комунікативна сфера, через її специфіку, не піддається простому сприйняттю та аналізу. Вона – поєднання мислення, науки і творчості.

Сприйняття матеріалу ускладнюється новизною низки розглянутих питань, оскільки ця дисципліна перебуває на етапі накопичування та осмислювання емпіричного (практичного) матеріалу, розроблення системи понять, уточнень термінів та ін. Для подолання цих «перешкод» важливо стати сприйнятливим до будь-якої інформації про світ комунікацій, зокрема у професійній сфері, стежити за останніми новинами у цій галузі через читання різноманітної літератури, перегляд відповідних телепрограм. Доцільно сформувати окремі теки, в яких зберігати газетні вирізки, копії журнальних статей, рекламні буклети, власні нотатки тощо. Проте не варто робити це по кожній темі курсу. Рациональнішим є підхід, за якого студент обирає одну або декілька проблемних, найбільш цікавих для нього тем і збирає щодо них матеріал, який у подальшому може стати основою для підготовки рефератів чи написання наукової роботи.

У процесі вивчення дисципліни «Медіалінгвістика» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування – робота на заняттях (відвідуваність; презентаційні виступи на практичних заняттях, участь у роботі малих груп, дебатах) та тестування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- наскрізні проєкти;
- командні проєкти;
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- проміжний контроль – самостійна робота (робота з інформаційними джерелами);
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- підсумкова контрольна робота;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Види роботи студента:

1. Робота на практичних заняттях:

- участь в обговоренні питань;
- презентаційні виступи на семінарах;
- застосування кейс-методу;
- активна участь у ділових іграх, дебатах, диспутах;
- написання контрольних робіт, розв'язання тестових завдань.

2. Самостійна робота:

- робота з інформаційними джерелами;
- презентація результатів;
- виконання студентського проєкту.

3. Контрольні зрізи (написання екзаменаційної роботи).

За відсутності студента на семінарському занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття в позааудиторний час (час консультацій викладача) та подати на перевірку конспект відповідей на питання практичного заняття за планом занять.

Політика оцінювання

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).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

9. 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 (макс. - 100 балів).	Модульний контроль 1 тестування (10 тестових питань по 10 балів за одне).	Поточне оцінювання Участь у практичних заняттях (9-15) та оцінювання рівня виконання практичних завдань (макс. - 100 балів).	Модульний контроль 2 – письмова контр. робота (макс. - 100 балів).	Тренінги	Самостійна робота

Критерії оцінювання тестового завдання: «відмінно» – студент вирішив 95-100 % із запропонованого набору тестових завдань; «добре» – студент вирішив 80-94 % із запропонованого набору тестових завдань; «задовільно» – студент вирішив 60,5-79 % із запропонованого набору тестових завдань; «незадовільно» – студент вирішив менше, чим 60,5 % із запропонованого набору тестових завдань.

Критерії оцінювання усного опитування:

Кожне із питань оцінюється за наступними критеріями:

«відмінно» (90–100 балів) – студент бездоганно засвоїв теоретичний матеріал теми заняття; самостійно, грамотно і послідовно з вичерпною повнотою відповів на запитання; демонструє глибокі і всебічні знання, логічно будує відповідь, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем; вміє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, логічно та обґрунтовано будувати висновки; безпомилково відповідає на питання, використовуючи матеріали, що виносяться на самостійну роботу.

«добре» (75–89 балів) – студент добре засвоїв теоретичний матеріал теми заняття, аргументовано викладає його; розкриває основний зміст навчального матеріалу, дає неповні визначення понять, допускає незначні порушення в послідовності викладення матеріалу та неточності при використанні наукових термінів, нечітко формулює висновки, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних похибок у логіці викладу теоретичного змісту;

«задовільно» (60-74 балів) – студент в основному засвоїв теоретичний матеріал теми заняття, фрагментарно розкриває зміст навчального матеріалу, показує початкову уяву про предмет вивчення, при відтворенні основного навчального матеріалу допускає суттєві помилки, наводить прості приклади, непереконливо відповідає, плутає поняття;

«незадовільно» (1–59 балів) – студент не засвоїв навчальний матеріал теми, не знає основних визначень, понять; дає неправильну відповідь на запитання.

Критерії оцінювання практичних навичок:

«відмінно» (90–100 балів) – студент повністю володіє практичною навичкою, вміє пов'язати теорію з практикою.

«добре» (75–89 балів) – студент частково володіє практичною навичкою, правильно застосовує теоретичні положення при вирішенні практичних завдань.

«задовільно» (60-74 балів) – студент володіє тільки обов'язковим мінімумом виконання практичного завдання, ознайомлений із технікою виконання.

«незадовільно» (1–59 балів) – студент не володіє практичною навичкою.

Критерії оцінювання самостійної роботи студентів

Матеріал для самостійної роботи студентів, який передбачений в темі практичного заняття одночасно із аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному аудиторному занятті. Оцінювання тем, які виносяться на самостійне опрацювання і не входять до тем аудиторних навчальних занять, контролюються під час підсумкового контролю. В процесі проведення контрольних заходів викладач оцінює: – рівень засвоєння студентом навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання; – вміння використовувати теоретичні знання при виконанні практичних задач; – обґрунтованість та логічність викладення самостійно вивченого матеріалу; – повноту розкриття теми дослідження; – оформлення матеріалів згідно з висунутими вимогами. Відмітки про виконання або невиконання різних видів самостійної роботи студентів проставляються в Журналі обліку відвідувань та успішності студентів викладача.

Критерії оцінювання тренінгу:

«відмінно» (90–100 балів) – студент бездоганно засвоїв теоретичний матеріал, демонструє глибокі і всебічні знання відповідної теми або навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і буде відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень програмних результатів, рівень засвоєння практичних навичок;

«добре» (75–89 балів) – студент добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає свої міркування; має практичні навички, висловлює свої думки щодо аналізованих проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного завдання;

«задовільно» (60-74 балів) – студент в основному опанував теоретичними знаннями навчальної теми або дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають у студента невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

«незадовільно» (1–59 балів) – студент не опанував навчальний матеріал теми (дисципліни), не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

Оцінка з дисциплін базується виключно на результатах поточної навчальної діяльності та виражається за двобальною національною шкалою: «зараховано» або «незараховано». Мають бути зараховані усі теми, винесені на поточний контроль.

Для зарахування студент має отримати за поточну навчальну діяльність не менше 60% від максимальної суми балів з дисципліни (100 балів). Бали з дисципліни ранжуються за шкалою ECTS.

Шкала оцінювання

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)

35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ з/п	Наочні матеріали	Номер теми
1.	Ноутбук	1–14
2.	Мультимедійний проєктор	1–14
3.	Система дистанційного навчання ЗУНУ <i>moodle.wunu.edu.ua</i>	1–14
4.	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: <i>MS Office</i>	1–14
5.	Телекомунікаційне програмне забезпечення (<i>Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox</i>)	1–14
6.	Інформаційні ресурси: Визначення кольорової гами зображення: http://pictaculous.com/ Онлайн-редактор шрифтів: http://fontstruct.com/ Сервіс для миттєвого запису відео: http://screencastle.com/ Створення кольорових комбінацій: http://colorchemedesigner.com	10

11. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

ОСНОВНА 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-те 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.

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА:

1. Дашкова К. В. Поняття медіатексту в сучасній лінгвістичній науці. URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v31/13.pdf>.
2. Кісельова А. А. Хештег як ключовий елемент медіатексту у соціальних мережах. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства: зб. наук. праць*. Вип. 16. Хмельницький, 2019. С.96-99.
3. Мамич М. В. Вербальний контент і лінгвокультурологічне наповнення тексту з погляду медіастилістики. *Українська мова*. 2021. №2 (78). С.18 – 32.
4. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов / За ред. Л. І. Шевченко. ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с.
5. Мірошніченко І. Г. Види стислих текстів сучасних українських мас-медіа за функціонально-прагматичним призначення. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 43. Т. 4. С. 155–158.
6. Назаренко О. М. Мовна гра в сучасному газетному тексті: особливості реалізації та функціональне навантаження. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Том 32 (71) №1. Київ, 2021. С. 49 - 54.
7. Назаренко О. М. Прецедентні заголовки з текстів масової культури в українському медіадискурсі. *Причорноморські філологічні студії. Науковий журнал*. Вип. 1. Одеса, 2023 С. 24 – 28.
8. Сизонов Д. Медійна комунікація в умовах Digital Age. *Psycholinguistics in a Modern World*, №16, 2021. С.269-273.
9. Baron N. S. Language of the Internet. URL : <http://www.american.edu/cas/lfs/faculty-docs/upload/NBaronLanguage-Internet.pdf> (дата звернення 12.08.2020).
10. Filak, V.F. Dynamics of News Reporting and Writing; Journalism in the Digital-First Age. CQ Press. 2018. 350 p.
11. Firmstone, J. Editorial journalism and newspapers' editorial opinions. Oxford Research Encyclopedia. Oxford: Oxford University Press. 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/342529445_Firmstone_J_2019_Editorial_journalism_and_newspapers_editorial_opinions_In_Oxford_Research_Encyclopedia_of_Communication_Oxford_Research_Encyclopedia_Oxford_University_Press_Oxford_England.
12. Lievrouw, L. A., Loader, B.D. 2020. Handbook of Digital Media and Communication. Abingdon: Routledge. 406 p.

13. Menke M. Multimedia Journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. 2019. С. 1-9. URL: <https://ur.booksc.eu/book/77927464/4ccff1>.
14. Potter, W. J. Digital Media Effects. Lanham: Rowman&Littlefield. 2021. 264 p.
15. The Associated Press Stylebook. New York: Basic Books. 2020. 640 p.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ:

16. Електронна бібліотека НАУ. URL: <http://www.lib.nau.edu.ua/elbook>.
17. Інформаційний ринок України: практикум / уклад. Л.П. Халецька. Київ: НАУ, 2017. 37 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43357>.
18. Сайт для медійників «Телекритика». URL: <http://www.telekritika.ua>.
19. Сайт з медіаграмотності ГО «Детектор медіа». URL: <https://ms.detector.mediaю>.
20. Фаховий часопис «Телерадіокур'єр». URL: <http://www.trk-mag.kiev.ua>.
21. BBC - Homepage.
22. The Times & The Sunday Times.
23. The Telegraph - Telegraph Online, Daily Telegraph, Sunday Telegraph - Telegraph.
24. News | The Independent | Today's headlines and latest breaking news.
25. The New York Times - Breaking News, US News, World News and Videos (nytimes.com).
26. The Washington Post: Breaking News, World, US, DC News and Analysis.
27. The Wall Street Journal - Breaking News, Business, Financial & Economic News, World News and Video (wsj.com).
28. UK Home | Daily Mail Online.
29. The New Yorker.
30. Vogue: Fashion, Beauty, Celebrity, Fashion Shows | Vogue.