

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 05.12.2017 14:14

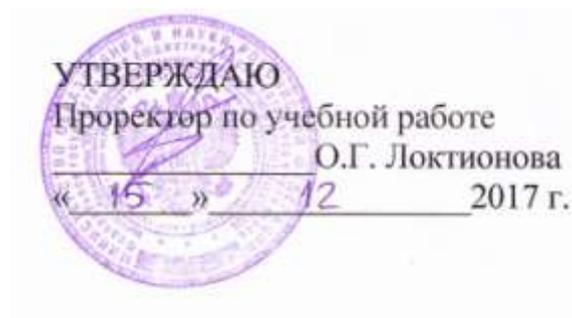
Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabb173e945d14a4851fda56d089

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)**

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики



ДИЗАЙН И РЕКЛАМА В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Методические указания к практическим и лабораторным занятиям и
СРС для преподавателей и студентов
направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»

Курск 2017

УДК 070 (076.5)

Составитель Г.Б. Полякова

Рецензент

Кандидат филологических наук, доцент *Т.В. Летапурс*

Дизайн и реклама в периодической печати: методические указания к практическим и лабораторным занятиям и СРС/ Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Г.Б. Полякова. Курск, 2017. 37 с. Библиогр.: с. 37.

Методические указания предназначены для подготовки к практическим занятиям и СРС по дисциплине «Дизайн и реклама в периодической печати», содержат систему вопросов для закрепления теоретических знаний, вопросы для самоподготовки студента и выстроенную систему практических и лабораторных заданий, обеспечивающих формирование и закрепление знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

Методические указания соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Для преподавателей и студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л.2,2. Уч.-изд.л.1,9. Тираж 50 экз. Заказ . Бесплатно.
Юго-Западный государственный университет.
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Основные понятия художественно-технического оформления (2 часа)

Основные вопросы занятия

Оформительские элементы периодического издания.

Понятия «элемент оформления» и «комплекс элементов» в периодическом издании.

Виды элементов: шрифтовые, декоративные, иллюстрационные, пробельные.

Цель: формирование теоретических представлений о понятии художественно-технического оформления

Задачи:

формирование представлений о медиатексте как объекте медиалингвистики;

закрепление знаний об основных категориях медиатекста;

знакомство с типологией медиатекстов и их функциональной прагматикой;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Когда и где возник термин *медиатекст*? Назовите русских ученых, внесших свой вклад в изучение медиатекстов.

2. Каковы экстралингвистические факторы, определяющие сущность медиакommunikации и функционирования медиатекста?

3. Дайте определение медиатекста. Назовите основные сферы функционирования медиатекстов.

4. Охарактеризуйте основные категории медиатекста: *медийность*, *массовость*, *интегративность* (*поликодовость*), *открытость* (*интертекстуальность*).

5. Какие типологические параметры учитывает современная классификация медиатекстов?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа над материалами занятия № 2.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 2.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 2.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Основные понятия художественно-технического оформления (2 часа)

Основные вопросы занятия

Шрифт как основная стилеобразующая единица издания.
Понятия текстового, заголовочного и акцидентного шрифта.
Декоративные элементы.

Цель: формирование теоретических представлений о понятии художественно-технического оформления.

Задачи:

формирование представлений о специфике автора и адресата;
закрепление знаний о медиатексте и закономерностях текстообразования;

знакомство с представлением об интертекстуальности как обязательной категории медиатекста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Какова специфика автора и адресата в медиатексте? Назовите параметры авторского начала в медиатексте? Как вы понимаете тенденцию к инверсии коммуникативных ролей в современном медиа-тексте?
2. Охарактеризуйте прагматический эффект СМИ. Перечислите основные средства языковой манипуляции.
3. Назовите основные фазы создания медиатекста. На каком этапе определяется жанр будущего медиатекста?
4. Почему интертекстуальность можно считать обязательной (онтологической) категорией медиатекста? Какие два типа интертекстуальных знаков значимы для медиатекста?
5. Приведите примеры из современных СМИ, иллюстрирующие основные функции цитат в медиатексте.
6. Какие методы анализа применимы к медиатексту?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 3.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 3.

3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 3.

Список литературы

1. Головки, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головки. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головки, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головки. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Имидж компании (внутренняя и внешняя составляющие).

Связь визуальных составляющих с миссией, видением и стратегией компании

Цель: формирование теоретических представлений о графическом дизайне как визуальной составляющей имиджа компании.

Задачи:

закрепление знаний о жанрово-стилистическом аспекте медиатекстов печатных СМИ;

формирование представлений о теории жанров периодической печати;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Какие подходы к определению понятия «жанр» существуют в современной филологии?

2. Как рассматривается понятие «жанр» в российской теоретической журналистике?

3. Назовите базовые информационные и аналитические жанры. Каковы критерии разграничения этих групп жанров? Перечислите жанрообразующие признаки пяти информационных и пяти аналитических жанров (по выбору).

4. Что общего между комментарием, корреспонденцией и статьёй и каковы их различия?

5. Какие жанры относят к эпистолярным жанрам публицистики?

6. В чём специфика художественно-публицистических жанров в сравнении с информационными и аналитическими?

7. Какие жанры относят к художественно-публицистическим? Коротко охарактеризуйте их.

В каких видах периодических изданий преобладают художественно-публицистические жанры?

9. Чем отличаются газетные художественно-публицистические материалы от журнальных?

10. Как сочетается фактическая основа и авторский замысел в очерке?

11. В какой исторической или общественно-политической ситуации наиболее эффективен портретный очерк?

Может ли очерк служить основой для более крупных литературных форм? Приведите примеры.

13. В чём отличие памфлета от фельетона? фельетона от пародии?
14. Назовите причины трансформации системы журналистских жанров современных масс-медиа.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 4.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 4.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 4.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.

8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРОТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Имидж компании (внутренняя и внешняя составляющие).

Связь визуальных составляющих с миссией, видением и стратегией компании

Цель: формирование теоретических представлений о графическом дизайне как визуальной составляющей имиджа компании.

Задачи:

формирование представлений о телевизионной картине мира;
закрепление знаний о телевизионном тексте как разновидности креолизованного текста;

знакомство с особенностями радио- и телекоммуникации;
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Определите понятие *телевизионная картина мира*, назовите её основные признаки.
2. Назовите основные когнитивные функции телевизионных СМИ. Какие концепты в структуре телевизионной картины мира подвергаются смысловой рекомбинации? Приведите примеры.
3. Что означает понятие *коллективный автор* применительно к телевизионным СМИ?
4. Охарактеризуйте телевизионный текст как разновидность креолизованного текста.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами лекции № 5.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 5.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 5.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Оформительские элементы периодического издания (2 часа)

Основные вопросы занятия

Общие понятия о композиции.

Форма и формообразование. Свет и цвет. Контраст.

Материалы и текстура. Ритм. Ассоциации и реальность.

Абстракция. Стилизация.

Цель: формирование теоретических представлений об оформительских элементах периодического издания

Задачи:

формирование представлений о специфике радиальных и телевизионных средств выразительности;

закрепление знаний об изобразительно-выразительных средствах телевидения;

знакомство с выразительными средствами радиоречи;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Назовите плюсы и минусы радио как канала восприятия информации.
2. Какова специфика модели телевизионной и радиальной коммуникации?
3. Расскажите о специфических стратегиях и тактиках телевизионной речи.
4. Подготовьте сообщение о реализации телевизионных стратегий и тактик на примере выбранного вами телетекста.
5. Определите понятие *монтаж*. Назовите основные виды монтажа.
6. Охарактеризуйте функции монтажа в телевизионном тексте. Приведите примеры использования различных видов монтажа в телевизионных программах.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 6.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 6.

3. Анализ образцов литературы в по теме практического занятия
№ 6.

Список литературы

1. Головки, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головки. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головки, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головки. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Оформительские элементы периодического издания
(2 часа)

Основные вопросы занятия

Правила построения графической композиции.

Понятия «элемент оформления» и «комплекс элементов» в периодическом издании.

Виды элементов: шрифтовые, декоративные, иллюстрационные, пробельные.

Шрифт как основная стилеобразующая единица издания.

Цель: : формирование теоретических представлений об оформительских элементах периодического издания

Задачи:

формирование представлений о речевых особенностях радиого и телевизионного текста;

закрепление знаний о правилах построения телевизионной и радио-речи;

знакомство с жанровой спецификой теле- и радиотекстов;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Назовите основные изобразительно-выразительные средства и видеориторические фигуры, используемые в телевизионном тексте. Проиллюстрируйте свой ответ примерами из телевизионных программ.

2. Что такое тембральная метафора?

3. Каковы её основные функции в радиотексте?

4. Каковы основные речевые особенности теле- и радиотекста? По каким принципам создаётся вербальная составляющая теле- и радиотекста?

5. Назовите и охарактеризуйте основные правила построения телевизионной и радиого речи. Приведите конкретные примеры нарушения основных правил речевого оформления телевизионного и радиого текста.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 7.

2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 7.

3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 7.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

**Цветоведение. Колористика как наука в графическом искусстве
(2 часа)**

Основные вопросы занятия

Основы колористики.

Основы цветовой гармонии.

Методы и средства построения цветовой гармонии.

Роль цвета в дизайне. Психология цвета.

Цель: формирование теоретических представлений о специфических особенностях Web-медиа текста.

Задачи:

формирование представлений о специфике Web-медиа текста;

закрепление знаний о проблеме статуса интернет-СМИ;

знакомство с типологией интернет-СМИ;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Что такое «интернет»? Является ли интернет средством массовой информации? Почему?
2. В чём отличие социальной коммуникации, массовой коммуникации и средств массовой коммуникации? Приведите конкретные примеры сайтов интернета, подтверждающие это различие.
3. Перечислите основные сервисы интернета и службы, их предоставляющие.
4. В чём различие WWW и интернета? Почему их часто отождествляют? Назовите основные компоненты технологии WWW.
5. Перечислите особенности веб-среды.
6. Чем интернет-СМИ отличается от других информационных ресурсов интернета? Дайте определение понятию «интернет-СМИ».
7. Назовите первые профессиональные сетевые СМИ, не имеющие печатных аналогов.
8. Перечислите оригинальные свойства Интернет-СМИ, отличающие их от других каналов массовой коммуникации.
9. Что такое мультимедийность? В чём особенность мультимедийности интернет-СМИ?
10. В чём заключается принципиальное отличие интерактивности в сетевых изданиях по сравнению с другими СМИ?
11. Охарактеризуйте специфику коммуникативной функции Интернет-СМИ.
12. Чем отличается интернет-издание от несетевого издания и от других веб-ресурсов?

13. Поясните, в чём заключается проблема нормативно-правового статуса веб-изданий.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 8.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 8.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 8.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.

8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРОТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Цветоведение. Колористика как наука в графическом искусстве (2 часа)

Основные вопросы занятия

Цветовая культура. Цвет и пространство.

Работа с цветом. Создание цветowych композиций.

Отечественный и зарубежный опыт цветоведения.

Цель: формирование теоретических представлений об особенностях гипертекстовой медиапубликации.

Задачи:

формирование представлений о специфике гипертекстовой медиапубликации;

закрепление знаний об электронном гипертексте как особом типе текста;

знакомство с жанровыми особенностями веб-медиа текста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Что такое контент сайта? Назовите слагаемые контента.
2. Дайте определение электронному гипертексту. Сформулируйте его основные свойства.
3. Назовите структурные (композиционные) элементы гипертекста и их особенности.
4. Назовите преимущества и недостатки электронного гипертекста.
5. Перечислите структурные элементы гиперссылочного комплекса.
6. Назовите типы гиперссылок, используемых в интернет-СМИ.
7. Что такое юзабилити? Назовите аспекты проявления юзабилити сайта.
8. Что такое навигация? Какие способы навигации по сайту вам известны? Как навигация связана со структурой сайта?

9. Чем отличается восприятие текста с экрана монитора от печатного материала? Назовите причины этих различий.
10. Почему, на ваш взгляд, возникает проблема дезориентации пользователя? Случалась ли у вас такая ситуация? Предложите пути решения этой проблемы.
11. Перечислите способы адаптации текста для интернет-публикации.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия
Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 9.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 9.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 9.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)

6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5 -6

Современный рекламный дизайн

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Новые технологии создания современного рекламного плаката, фирменного стиля, упаковки, открытки.

Ведущие российские и зарубежные мастера рекламного искусства.

Шрифты в рекламе. Индивидуальный шрифт фирменного стиля.

Разработка идеи художественных и текстовых элементов цветового решения фирменного стиля.

Цель: формирование теоретических представлений о специфике рекламного текста и PR-текста как видов медиатекстов.

Задачи:

формирование представлений о рекламном тексте и PR-тексте как видах медиатекстов;

закрепление знаний о семиотике, структуре, прагматике рекламного текста;

знакомство с технологией создания PR-текста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. В чём заключается специфика рекламного дискурса?

2. Охарактеризуйте основные элементы рекламного дискурса: *рекламный текст, каналы распространения рекламной информации, участники общения, функции дискурса.*

3. Перечислите основные экстралингвистические факторы, влияющие на содержание и структуру рекламного текста.
4. В чём состоит особенность знаковой (семиотической) природы рекламного текста?
5. Назовите и охарактеризуйте типы рекламного текста по степени креолизации.
6. Перечислите основные содержательные признаки рекламного текста, обусловленные его особой прагматикой.
7. Какие элементы рекламного текста являются основными носителями маркетинговой информации? Ответ проиллюстрируйте примерами из рекламной практики.
8. Какие типы аргументов используются в рекламе? Какова их функция в тексте?
9. В чём сущность слогана и его роль в рекламе?
10. Объясните роль категорий автора и адресата в преодолении неличного характера рекламной коммуникации.
11. Что понимается под рекламным образом и какова его структура?
12. Перечислите и охарактеризуйте основные требования, предъявляемые к редактированию рекламного текста.
13. Назовите основные социальные требования, предъявляемые к рекламному тексту, и охарактеризуйте типичные нарушения законодательства в рекламе.
14. Каковы типичные нарушения маркетинговых требований к рекламе?
15. В чём сходство и различие приема выразительности и ошибки?
16. Каковы первичные сигналы дефектности высказывания и о каких нарушениях требований к речевой деятельности они свидетельствуют?
17. Какие виды редакторских стратегий Вы знаете? Определите условия применения каждого из типов редакторской стратегии.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

Анализ современных интернет-ресурсов по курсу

www.rmedialogia.ru

www.wan-press.org/Home

www.culturca.narod.ru

www.editorsweblog.ru

www.gdf.ru

www.gipp.ru
www.mediacratic.ru
www.mediaguide.ru
www.mediascope.ru
www.smi.ru
www.WAN-PRESS.RU

Список литературы

1. Головки, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головки. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головки, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головки. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства распечатать Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe inDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРОТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 5-6

Современный рекламный дизайн (2 часа)

Основные вопросы занятия

- Основные элементы: логотип, визитка, фирменный бланк, конверт, буклет.
- Фирменный стиль на предметах быта.
- Широкоформатная реклама.
- Правила создания широкоформатной рекламы.
- Разработка фотоплаката, рисованного и коллажного плаката.

Цель: формирование теоретических представлений о языке СМИ как основном средстве воздействия на массовое сознание.

Задачи:

формирование представлений о языке СМИ в аспекте устной речи;

закрепление знаний о языке СМИ в аспекте письменной речи; знакомство с представлением о месте СМИ в системе функциональных стилей;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. В чем заключается опосредующая роль языка в процессе познания?
2. Определите понятие «посредник-медиатор» в русской лингвофилософской традиции.
3. Дайте определение понятиям «массовая коммуникация» и «массовая информация».
4. Специфика науки о средствах массовой коммуникации.
5. В чем состоит воздействующая функция языка СМИ?
6. Как соотносятся устная и письменная речь, каковы их системные характеристики?
7. Каким образом письменная речь развивается под влиянием устной? Определите роль просодии в правильном восприятии речи.
8. В чем состоит процесс парцелляции речи, характерна ли парцелляция только для устного дискурса?
9. Какие изменения в языке могут происходить под влиянием развития новых информационных технологий?

10. Каковы процессы сближения устной и письменной речи, которые можно наблюдать в связи с развитием новых средств массовой коммуникации?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 2.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 2.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 2.

Список литературы

1. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст] : учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 332-339 и в подстроч. примеч.
2. Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Е. Петрова, Л. Рацибурская. - Москва : Флинта, 2011 - 80 с.
3. Амзин, А.А. Новостная интернет-журналистика [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС / А. Амзин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2012. – 140 с.
4. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России [Текст] : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. - Москва : Аспект Пресс, 2015,. 308 с.
5. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Текст] : учебник / А. П. Киселев. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 431 с.
6. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / А. Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 432 с.
7. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов [Текст] : учебное пособие для студентов вузов по специальности "Журналистика" / А. В. Колесниченко. - Москва : Аспект Пресс, 2014.

8. Магронт, М. Новости как профессия [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Мария Магронт. - Москва : Аспект Пресс, 2015, 119 с.
9. Уланова, М.А. Интернет-журналистика [Текст] : практическое руководство : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Журналистика" / М. А. Уланова. - Москва : Аспект Пресс, 2014, 236 с.
10. Технология новостей от Интерфакса [Текст] : учебное пособие / В. В. Герасимов [и др.] ; науч. ред. Ю. А. Погорелый. - Москва : Аспект Пресс, 2013, 158 с.
11. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке [Текст] : [монография] / под ред. М. Н. Володиной. - М. : Академический проект, 2011. - 332 с. - (Gaudeamus).
12. Язык современной публицистики [Текст] : сборник статей / сост. Г. Я. Солганик. - 2-е изд., испр. - М. : Флинта, 2007. - 232 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Реклама и редакционные материалы на полосе: контраст или гармония, автономность или взаимозависимость (2 часа)

Основные вопросы занятия

Проблемы стандартизации рекламных модулей и их взаимодействие с модульной сеткой. Виды и жанры рекламы. Структура рекламного объявления.

Цель: формирование теоретических представлений о языке средств массовой информации как основном средстве воздействия на массовое сознание.

Задачи:

формирование представлений о языке СМИ как основном средстве на массовое сознание;

закрепление знаний о стилистических особенностях языка СМИ;

знакомство с представлением о проблеме перевода текстов СМИ;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. В чем заключаются особенности вербального языка межличностного общения в сопоставлении с языком СМИ?
2. Определите роль СМИ в моделировании «картины мира».
3. Роль функциональной стилистики в описании развитых национальных языков.
4. Категориальная природа трихотомии функций языка «общение — сообщение — воздействие».
5. Основные параметры описания функциональных стилей.
6. Языковые и понятийные характеристики публицистического функционального стиля.
7. Публицистика в ряду других функциональных стилей.
8. Каковы основные параметры выделения функциональных стилей?
9. Перечислите основные черты публицистического стиля.
10. Почему оценочность является одним из важнейших качеств речи в публицистическом стиле?
11. Какие темы характерны для создания публицистических метафор? Приведите ваши примеры.
12. Как соотносятся понятия «публицистический стиль» и «язык СМИ»?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 3.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 3.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 3.

Список литературы

9. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
10. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.

11. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
12. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
13. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
14. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
15. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
16. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРОТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Реклама и редакционные материалы на полосе: контраст или гармония, автономность или взаимозависимость (2 часа)

Основные вопросы занятия

Комплексы элементов, составляющие рекламную публикацию: логотип, слоган, текстовые комплексы, адресный блок, иллюстрации.

Цель: формирование теоретических представлений о характеристике языка конкретных каналов коммуникации.

Задачи:

закрепление знаний о языке конкретных каналов коммуникации;
формирование представлений о специфике киноязыка;
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Определите специфику «языка экрана».
2. Как определяется реальность, конструируемая СМИ?
3. Проведите сравнительный анализ психологического и филологического уровней восприятия рекламных текстов.
4. Назовите основные категории, опосредующие восприятие рекламных телевизионных сообщений у зрителей и авторов.
5. Какова взаимосвязь между телевизионной продукцией и языковыми нормами?
6. Какие формы выражения оценки языка и социального поведения участников телевизионных передач считаются особенно распространенными?
7. Назовите основные элементы модели управления коммуникацией.
8. Проблемы какофонии и эвфонии в радиоречи.
9. Дайте характеристику выразительным средствам, используемым на радио.
10. В чем состоит двойственность природы языка радио?
11. Чем отличается «язык кино» от языка других видов искусств (музыки, живописи, литературы, театра)?
12. Как вы понимаете определение «кино — искусство синтеза»?
13. Какие виды монтажа в кино вы знаете?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа над материалами занятия № 4.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 4.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 4.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>

2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Композиция и верстка рекламного объявления (2 часа)

Основные вопросы занятия

Композиция и верстка рекламного объявления, его расположение на полосе, развороте.

«Воздух» в рекламе.

Цель: формирование теоретических представлений об особенностях вербальной агрессии: общая характеристика.

Задачи:

формирование представлений о феномене вербальной агрессии:
общая характеристика;

закрепление знаний о лексических средствах вербальной агрессии в СМИ;

знакомство с особенностями инвективной и стилистически сниженной лексики;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Как понимаются термины «вербальная агрессия», «инвективная лексика», «сниженная лексика», «аргонная лексика»?
2. Чем обусловлена повышенная агрессивность в современных СМИ?
3. Какую роль категория оценки играет в текстах СМИ? Как связана отрицательная оценка с феноменом речевой агрессии?
4. Как вы относитесь к мнению, что текст, содержащий в себе негативную оценку, скорее заинтересует читателя, чем текст с положительной оценкой? Приведите аргументы.
5. Как соотносится вербальная агрессия с враждебностью, конфликтом, манипулированием?
6. Какие разновидности речевой агрессии выделяются современными исследователями речевой коммуникации?
7. Дайте общую характеристику лексических средств вербальной агрессии.
8. Почему экспансию иноязычной лексики в русский язык можно рассматривать как проявление речевой агрессии?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 5.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 5.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 5.

Список литературы

1. Головки, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головки. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головки, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головки. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства распечатать Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
7. Ремезовский, В. И. Adobe inDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРОТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Композиция и верстка рекламного объявления

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Роль декоративных элементов.

Цвет и особенности его применения в рекламе в зависимости от типа издания.

Шрифт и иллюстрация в рекламе.

Цель: формирование теоретических представлений о проблеме языковой демагогии. Ирония и феномен вербальной агрессии.

Задачи:

формирование представлений о языковой демагогии;
закрепление знаний об иронии и феномене вербальной агрессии;
знакомство с представлением об интертекстуальности языка
СМИ;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Чем различаются лингвистические понятия *текст* и *дискурс*?
2. Почему приемы языковой демагогии, ирония, интертекстуальность отнесены к дискурсивным факторам агрессивной речи?
3. Что такое языковая демагогия?
4. Проанализируйте содержание понятий *ирония*, *сарказм*, *сатира*, *юмор* с точки зрения их связи с речевой агрессией.
5. Охарактеризуйте интертекстуальность как свойство медийного текста.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа над материалами занятия № 6.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 6.
3. Анализ образцов литературы в по теме практического занятия № 6.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.

3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Реклама и фотография

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Реклама и фотография. Фотоискусство.

Фотодело и использование фотографии в графическом искусстве

Цель: формирование теоретических представлений об основах рекламы и фотографии.

Задачи:

формирование представлений о междисциплинарных исследованиях в медиалингвистике;

закрепление знаний о языке СМИ как объекте междисциплинарного исследования;

знакомство с роли языка массовой коммуникации как особого средства социального взаимодействия;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом; воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Каковы особенности освещения социальной проблематики качественными и массовыми массмедиа?
2. Охарактеризуйте «прессу третьего сектора».
3. Какова роль «гражданской журналистики» в обществе?
4. Определите возможности участия массмедиа в формировании гражданского общества.
5. Какое влияние массмедиа могут оказать на процесс демократизации общества?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 7.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 7.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 7.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и

- массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства розничной печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

ЛАБОРОТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Реклама и фотография

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Реклама и фотография. Фотоискусство.

Фотодело и использование фотографии в графическом искусстве

Цель: формирование теоретических представлений об основах рекламы и фотографии.

Задачи:

формирование представлений о семиотическом анализе телепередачи;

закрепление знаний о методологии семиотического анализа СМИ;

знакомство с теорией культурной рамки телепередачи;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

II. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Каковы задачи семиотики СМИ?
2. В чем состоит изучение синтактики, семантики и прогматики СМИ?
3. Бывают ли абсолютно непредсказуемые значения знаков?

4. Приложите понятие «треугольник Фреге» к анализу выступления кандидата, баллотирующегося в Думу РФ. Какими языковыми средствами кандидат удваивает мир своего потенциального адресата?
5. Возможна ли стилистика СМИ там, где нет выбора множества альтернатив? Чем отличается стилистика СМИ в тоталитарном обществе от стилистики после преодоления тоталитаризма?
6. Как бы вы оценили степень эгоцентризма в построении сообщения СМИ? Постройте модельный вариант абсолютно неэгоцентричного сообщения и преобразуйте его в максимально эгоцентричное сообщение.
7. Какому типу адресата в наилучшей степени соответствует «неэгоцентрично» построенное сообщение?
8. Чем исследование СМИ семиотическими методами отличается от исследования методами теории информации?
9. Сформулируйте определение знака СМИ, учитывая его динамический аспект.

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

IV. СРС

1. Самостоятельная работа с материалами занятия № 8.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 8.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 8.

Список литературы

1. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - <http://biblioclub.ru>
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.
3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселёв. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.

5. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства розничной печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
7. Ремезовский, В. И. Adobe inDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
8. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.

Основная и дополнительная литература

Основная учебная литература

17. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 423 с.- Режим доступа - [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
18. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст]: учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" / Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил.

Дополнительная учебная литература

19. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учебное пособие / С. Б. Головкин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с.
20. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста [Текст]: учебник / А. Г. Киселев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 399 с. : табл.
21. Основные стандарты газетно-журнального дела [Текст] : предисловие руководителя федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. В. Сеславинского. Вводный комментарий зам. начальника управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии федерального агентства по печати Ю. С. Пули / Правительство Российской Федерации ; т.: М. В. Сеславинский, Ю. С. Пуля. - [М.] : [ЗАО "Библиотечка РГ"], 2005. - 256 с. - (Библиотечка "РГ". Вып. № 8)
22. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / - М.: Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - Режим доступа: [http: biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
23. Ремезовский, В. И. Adobe InDesign CS2. Верстка и дизайн [Текст] / В. И. Ремезовский. - СПб. : Питер, 2007. - 368 с. : ил.
24. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий [Текст]: учебник / В.В. Тулупов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2006. – 224 с.