

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Документ подписан простой электронной подписью

Идентификационный номер

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 29.11.2023 15:41:24

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института магистратуры

Иванова Е.А.

«29» 08 2022г.

Рабочая программа дисциплины  
Современный медиатекст

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.02 "Медиалингвистика и новые средства  
коммуникации"

Для набора 2022 года


Квалификация  
магистр


КАФЕДРА **Русский язык и культура речи****Распределение часов дисциплины по семестрам**


Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

Программу составил(и): д.филол.н, профессор, Куликова Э.Г. 

Зав. кафедрой: Куликова Э.Г. 

Методическим советом направления: д.филол.н., профессор, Куликова Э. Г. 

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.	выработать представление о медиатексте как объекте многоаспектного характера, требующего осмысления в коммуникативном и лингвистическом аспекте; представить теорию текста в целом как научную основу оптимального анализа и организации медиатекста, в том числе создаваемого в тележурналистике.
----	--

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- социальную, культурологическую организацию медиатекстов;</li> <li>- теоретические и методологические основы журналистики как коммуникационной среды воспроизводства культуры и общества;</li> <li>- ключевые методики социокультурного анализа журналистских текстов, проблемы взаимодействия социума и СМИ (соотнесено с индикатором ОПК-3.1)</li> </ul>
<b>Уметь:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать достижения современной междисциплинарной науки в профессиональной деятельности, совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень,;</li> <li>- анализировать характер влияния массовой коммуникации, в частности, журналистики, на восприятие, мышление, культуру и цивилизацию, особенности психического влияния, социальных и культурных процессов, производства и распространения медиапродукта (соотнесено с индикатором ОПК-3.2)</li> </ul>
<b>Владеть:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его создания, новейшими достижениями в области культуры, науки, образования;</li> <li>- знаниями в области манипулятивных технологий СМИ;</li> <li>- навыками эффективной работы с информацией, создания собственного медиапродукта с ориентацией на культивацию культурных ценностей (соотнесено с индикатором ОПК-3.3)</li> </ul>

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Раздел 1. Современное коммуникативное пространство				

1.1	<p>1.1 Тема 1. СМИ как сфера функционирования медиатекста.  Медиатекст как особый тип текста. Текст как законченное информационное и структурное целое. Прагматика текста (медиатекста). Объект теории текста.  План  СМИ как сфера функционирования медиатекста. Роль СМИ в формировании картины мира современного человека. Средства СМИ. Специфика текста для ТВ (аспект тележурналистики). Жанры, в которых используется медиатекст. Фоновые знания и их значимость для создания и восприятия текста. Текст как продукт речемыслительной деятельности, как коммуникативная единица высшего уровня, законченное информационное и структурное целое. Многоаспектность изучения текста. Вербальные и невербальные средства выражения значения в тексте. Блок информации (видео- и аудиоряд в СМИ). Прагматика текста. Особенности прагматики медиатекста. Восприятие текста. Восприятие медиатекста.  /Лек/ /Лек/</p>	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.2	<p>1.2 Тема 1. СМИ как сфера функционирования медиатекста.  Медиатекст как особый тип текста. Текст как законченное информационное и структурное целое. Прагматика текста (медиатекста). Объект теории текста.  План  СМИ как сфера функционирования медиатекста. Роль СМИ в формировании картины мира современного человека. Средства СМИ. Специфика текста для ТВ (аспект тележурналистики). Жанры, в которых используется медиатекст. Фоновые знания и их значимость для создания и восприятия текста. Текст как продукт речемыслительной деятельности, как коммуникативная единица высшего уровня, законченное информационное и структурное целое. Многоаспектность изучения текста. Вербальные и невербальные средства выражения значения в тексте. Блок информации (видео- и аудиоряд в СМИ). Прагматика текста. Особенности прагматики медиатекста. Восприятие текста. Восприятие медиатекста.  /Пр/ /Пр/</p>	1	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3

1.3	<p>1.3 Тема 2. Цельность и связность как главные качества текста. Единицы текста. Единицы медиатекста. Типы текстов. Виды информации и функционально- смысловые типы речи (изложения)</p> <p>План</p> <p>Текст как речевое произведение, обладающее качествами целостности и связности. Соответствие структуры текста теме, выражаемой информации, условиям общения, задачам и избранному стилю изложения. Единицы текста. Компоненты высказывания — тема и рема (данное и новое). Лингвистические механизмы образования текста. Тема -рематические последовательности и их разновидности.Абзац и сложное синтаксическое целое. Виды классического абзаца и его функции.Структурная связность текста, средства структурной связи. Скачки в последовательностях и их роль в передаче новой информации. Нарушение связанности как эстетический прием. Роль и особенности «подводки» к видеоряду.Семантическая цельность текста. Ключевые слова и виды повторной номинации.Роль актуалем как ключевых слов и средств их вербализации в СМИ (СМИ – область формирования актуалем).Прецедентные имена как ключевые слова глубинного плана текста телепрограммы, средство связи телевизионного «сверхтекста». Понятие о типе текста. О различных классификациях типов текстов. Информационные характеристики текста. Информация фактуальная, концептуальная, методическая, эмотивная. Виды информации и функционально-смысловые типы изложения. Описание. Цель описания. Элементы и построение описания. Повествование. Цель повествования. Структура повествования. Характер рематических элементов повествования. Повествование в разных видах текста.- Рассуждение. Цель рассуждения, его построение. Определение и объяснение. Тексты инструктивного типа</p> <p>/Лек/ /Лек/</p>	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.3 Л2.1 Л2.2
-----	--	---	---	-------	---

1.4	<p>1.4 Тема 2. Цельность и связность как главные качества текста. Единицы текста. Единицы медиатекста. Типы текстов. Виды информации и функционально- смысловые типы речи (изложения)</p> <p>План</p> <p>Текст как речевое произведение, обладающее качествами целостности и связности. Соответствие структуры текста теме, выражаемой информации, условиям общения, задаче и избранному стилю изложения. Единицы текста. Компоненты высказывания — тема и рема (данное и новое). Лингвистические механизмы образования текста. Тема -рематические последовательности и их разновидности. Абзац и сложное синтаксическое целое. Виды классического абзаца и его функции. Структурная связность текста, средства структурной связи. Скачки в последовательностях и их роль в передаче новой информации. Нарушение связанности как эстетический прием. Роль и особенности «подводки» к видеоряду. Семантическая цельность текста. Ключевые слова и виды повторной номинации. Роль актуалем как ключевых слов и средств их вербализации в СМИ (СМИ – область формирования актуалем). Прецедентные имена как ключевые слова глубинного плана текста телепрограммы, средство связи телевизионного «сверхтекста». Понятие о типе текста. О различных классификациях типов текстов. Информационные характеристики текста. Информация фактуальная, концептуальная, методическая, эмотивная. Виды информации и функционально-смысловые типы изложения. Описание. Цель описания. Элементы и построение описания. Повествование. Цель повествования. Структура повествования. Характер рематических элементов повествования. Повествование в разных видах текста.- Рассуждение. Цель рассуждения, его построение. Определение и объяснение. Тексты инструктивного типа</p> <p>/Пр/ /Пр/</p>	1	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3
-----	--	---	---	-------	--

1.5	1.5 Тема 3. Оценочные стратегии в создании образа этнически «чужого» на страницах российской прессы План Лингвоюридическая экспертиза по криминальным проявлениям экстремизма. Криминальные проявления экстремизма в публичных выступлениях и литературе. Призывы к действиям, направленным на возбуждение розни (расовой, национальной и религиозной), на унижение национального достоинства. Призывы к действиям, направленным на пропаганду исключительности и превосходства. К чему нельзя призывать? Что считается призывом? Что считается пропагандой? /Пр/ /Пр/	1	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.6	1.6 Речевая деятельность и речевая манипуляция /Ср/ /Ср/	1	15	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.7	1.7 Лексикографическая презентация и функциональная характеристика языковой единицы в медиадискурсе /Ср/ /Ср/	1	15	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
1.8	1.8 Иностранное слово в СМИ: агрессивный маркер или элемент языкового кода /Ср/ /Ср/	1	15	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
	<b>Раздел 2. Раздел 2. Информативные конститутенты медиатекста</b>				

2.1	<p>Тема 4. «Жанровое расслоение медиатекстов». Сверхтекст и его типы. Медиатекст как сверхтекст. Гипертекст как тип медиатекста. Информационная сторона медиатекста. Медиатекст и его автор. Тележурналист как автор СМИ. Стилиевые (тональные) характеристики медиатекста</p> <p>План</p> <p>Тексты официальные, специальные, научно- популярные, публицистические, художественные; справочные, инструктивные. Разновидности текстов по их стилевой ориентации. Медиатопики и их представление на радио, телевидении, в массовой печати, Интернете. Особенности новостных, аналитических, рекламных и других медиатекстов в зависимости от средства распространения (информационного канала). Типы СМИ в системе их жанров и стилей/подстилей. Понятие о сверхтексте в научной литературе.«Текст в тексте» (интертекстуальность).Типы сверхтекста: жесткий и нежесткий по структуре; битекст.Сверхтекст газеты и журнального издания. Сверхтекст радио - и телевизионной передачи.Роль видеоряда (степень и виды креолизации печатного текста) в формировании сверхтекста. Понятие гипертекста. Его признаки. История создания гипертекста. Медиатекст как часть гипертекста (СМИ в Интернете). Мера прагматической информации в тексте. Избыточная и свернутая информация. Понятие напряженного /ненапряженного текста. Способы создания напряженного текста. Снятие напряженности. Интенсивный и экстенсивный пути повышения информативности текста. Способы компрессии информации, в том числе средствами ТВ. Асимметричность языкового знака как основа компрессии плана выражения; способы компрессии информации.</p> <p>/Лек/ /Лек/</p>	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
-----	--	---	---	-------	---



2.2	<p>Тема 4. «Жанровое расслоение медиатекстов». Сверхтекст и его типы. Медиатекст как сверхтекст. Гипертекст как тип медиатекста. Информационная сторона медиатекста. Медиатекст и его автор. Тележурналист как автор СМИ. Стилиевые (тональные) характеристики медиатекста</p> <p>План</p> <p>Тексты официальные, специальные, научно- популярные, публицистические, художественные; справочные, инструктивные. Разновидности текстов по их стилиевой ориентации. Медиатопики и их представление на радио, телевидении, в массовой печати, Интернете. Особенности новостных, аналитических, рекламных и других медиатекстов в зависимости от средства распространения (информационного канала). Типы СМИ в системе их жанров и стилей/подстилей. Понятие о сверхтексте в научной литературе.«Текст в тексте» (интертекстуальность).Типы сверхтекста: жесткий и нежесткий по структуре; битекст.Сверхтекст газеты и журнального издания. Сверхтекст радио - и телевизионной передачи.Роль видеоряда (степень и виды креолизации печатного текста) в формировании сверхтекста. Понятие гипертекста. Его признаки. История создания гипертекста. Медиатекст как часть гипертекста (СМИ в Интернете). Мера прагматической информации в тексте. Избыточная и свернутая информация. Понятие напряженного /ненапряженного текста. Способы создания напряженного текста. Снятие напряженности. Интенсивный и экстенсивный пути повышения информативности текста. Способы компрессии информации, в том числе средствами ТВ. Асимметричность языкового знака как основа компрессии плана выражения; способы компрессии информации /Пр/ /Пр/</p>	1	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
-----	---	---	---	-------	---

2.3	Тема 5. Текст /медиа́текст и его автор. План Коммуникативная стратегия самопрезентации. Формы представления авторства: личностная, личностно-безличностная, безличностная. Понятие авторской интенции, мера субъективного в тексте тележурналиста. Прагматическая установка текста и прагматическая установка автора. Образ автора как двунаправленный феномен. Тип автора в медиа́тексте. Способы презентации особенностей языковой личности автора в медиа́тексте. Стиль — свойство плана выражения и средство плана содержания, реализации мотива появления идеи. Индивидуальный «слог» (идиостиль) как воплощение, «материализация» авторской идеи. Соотношение понятий образа автора и образа стиля. Способы проявления в стиле текста языковой личности автора. /Лек/ /Лек/	1	2	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.4	Тема 5. Текст /медиа́текст и его автор. План Коммуникативная стратегия самопрезентации. Формы представления авторства: личностная, личностно-безличностная, безличностная. Понятие авторской интенции, мера субъективного в тексте тележурналиста. Прагматическая установка текста и прагматическая установка автора. Образ автора как двунаправленный феномен. Тип автора в медиа́тексте. Способы презентации особенностей языковой личности автора в медиа́тексте. Стиль — свойство плана выражения и средство плана содержания, реализации мотива появления идеи. Индивидуальный «слог» (идиостиль) как воплощение, «материализация» авторской идеи. Соотношение понятий образа автора и образа стиля. Способы проявления в стиле текста языковой личности автора. /Пр/ /Пр/	1	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.5	Тема 6. Языковые аспекты правового поля. Правовые аспекты языка /Пр/ /Пр/	1	4	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.6	Концептуарий языка права /Ср/ /Ср/	1	15	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.7	Криминальная ксенофобия и толерантность: конфликт лингвистических интерпретаций. Экологическое лингвистическое право /Ср/ /Ср/	1	16	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3
2.8	/Экзамен/ /Экзамен/	1	36	ОПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Артемьева, О. Н.	Обучение приёмам понимания текста: учебно-методическое пособие	Ульяновск: Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/59169.html">http://www.iprbookshop.ru/59169.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2		Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика	Москва: Московский Государственный Университет, 2013	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143920">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143920</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3		Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика	Москва: Московский Государственный Университет, 2013	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143922">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143922</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Борисова, Е. Г.	Стилистика и литературное редактирование: учебное пособие	Москва: Московский городской педагогический университет, 2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/26625.html">http://www.iprbookshop.ru/26625.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Николаева, Т. М.	О чем рассказывают нам тексты?	Москва: Языки славянских культур, 2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/28635.html">http://www.iprbookshop.ru/28635.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Пивоваров Ю. С.	Теория и практика общественно-научной информации. Выпуск 20: Сборник научных трудов	Москва: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/22521.html">http://www.iprbookshop.ru/22521.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Консультант+

2. Гарант

3. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <https://yandex.ru/news/smi>4. Ведомости – <https://www.vedomosti.ru/>5. Взгляд – <https://vz.ru/>6. ВЦИОМ – <https://www.wciom.ru/>7. Газета – <https://gzt.ru/>8. Город N – <https://gorodn.ru/>9. Государственная система правовой информации – <http://www.pravo.fso.gov.ru/>10. Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <http://sophist.hse.ru/>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

### 5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной

мебелью и техническими средствами обучения:

- столы;

- стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор;

- экран / интерактивная доска

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания*
ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов			
<p>знать</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социальную, культурологическую организацию медиатекстов;</li> <li>- теоретические и методологические основы журналистики как коммуникационной среды воспроизводства культуры и общества;</li> <li>- ключевые методики социокультурного анализа журналистских текстов, проблемы взаимодействия социума и СМИ.</li> </ul>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума; выполняет тестовые задания</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные, содержательные и развернутые ответы на вопросы коллоквиума,</p> <p>обучающийся дает верные ответы на тестовые задания в объеме не менее 50% от общего числа</p>	<p>Э (1-43) Т (1-10) К (1-14)</p>
<p>уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать достижения современной междисциплинарной науки в профессиональной деятельности, совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и</li> </ul>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума, сообщения, доклады, готовит ответы на творческие задания; уместно использует языковые, невербальные, технические средства,</p>	<p>обучающийся уверенно дает полные и содержательные ответы на вопросы коллоквиума;</p> <p>обучающийся в ходе устных ответов и при выполнении творческих заданий демонстрирует четкое понимание механизма действия и условий использования</p>	<p>Э (1-43) Т (1-10) К (1-14) ТЗ (1-4)</p>

<p>культурный уровень,;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать характер влияния массовой коммуникации, в частности, журналистики, на восприятие, мышление, культуру и цивилизацию, особенности психического влияния, социальных и культурных процессов, производства и распространения медиапродукта.</li> </ul>	<p>отвечающие коммуникативным задачам</p>	<p>языковых и невербальных средств;</p> <p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;</p>	
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его создания, новейшими достижениями в области культуры, науки, образования;</li> <li>- знаниями в области манипулятивных технологий СМИ;</li> <li>- навыками эффективной работы с информацией, создания собственного медиапродукта с ориентацией на культивацию культурных ценностей.</li> </ul>	<p>обучающийся выполняет задания, соответствующие темам занятий,; готовит доклады (сообщения) с последующей презентацией с применением технических средств или без них; готовит письменное эссе</p>	<p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;</p> <p>отсутствие/наличие недочетов при ответах и в процессе выполнения обучающимся заданий с применением информационных технологий и без них;</p> <p>обучающийся демонстрирует способность вести диалог с потенциальными деловыми партнерами, другими обучающимися и преподавателями в официальной и неофициальной обстановке, доказывать собственную точку зрения в ходе</p>	<p>Э (1-43)</p> <p>Т (1-10)</p> <p>К (1-14)</p> <p>ТЗ (1-4)</p>

\* Э – вопросы к экзамену, Т-тесты, К- коллоквиум, ТЗ – творческие задания

## 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляются в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы по 100-балльной шкале:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

## 2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### Вопросы к экзамену

1. Медиакультура и классическая риторика.
2. Понятие "неориторики".
3. Характеристика понятия «массовая информация». Массовая информация с точки зрения семиотики и структурализма.
4. Понятие текста , пути его взаимодействия с аудиторией.
5. Проблема информационной насыщенности текста и его информативности
6. Новейшая риторика как совокупность достижений различных областей современного гуманитарного знания.
7. Неориторика и современная теория коммуникаций: точки сближения.
8. Коммуникативные стратегии в сфере медиадискурса.
9. Субъект, объект и адресат в современном медиадискурсе.
10. Аксиология современной медиакартины мира.
11. Медиариторический этос.
12. Медиариторический пафос.
13. Медиариторический логос.
14. Риторическая модальность медиатекста.
15. Образ автора (оратора, ратора) как риторическая проблема.
16. Типология риторической позиции адресанта (медиариторического этоса) в современной медиадискурсивной деятельности
17. Адресат медиатекста.
18. Языковое манипулирование
19. Медиатекст в аспекте текстообразования
20. Создание текста СМИ как риторико- стилистическая проблема
21. Исторические корни спичрайтинга и особенности его развития на современном этапе
22. Спичрайтерство как понятие и специфическая область профессиональной деятельности ПР-специалиста.
23. Организационно-управленческие аспекты и функциональные особенности работы спичрайтера.
24. Формы, методы и технологии современного спичрайтинга.
25. Виды медиатекстов и особенности составления медиатекстов.
26. Правила разработки и составления информационных продуктов (информационные обзоры; аналитические справки, записки;

тексты выступлений, статей, докладов и т.п.).

27. Виды публичной речи.

28. Моделирование, конструирование и составление речевых текстов и деловых документов (типология, жанры, методики, инструментарий).

29. Принципы и методы взаимодействия с общественностью посредством спичрайтинга

30. Типология аргументации в различных видах медиатекстов

31. Значение семиотической концепции Пирса-Морриса для массовой коммуникации.

32. Соотношение понятий «медиакультура» и «аудиовизуальная культура»

33. Лингвомедийные свойства медиатекстов жанра «Информационная аналитика, комментарий».

34. Лингвистические способы выражения мнения и оценки.

35. Лингвомедийные свойства медиатекстов жанра «Публицистика».

36. Лингвомедийные свойства медиатекстов группы «Реклама».

37. Тексты СМИ как способ когнитивного отражения действительности

38. Медиариторика в когнитивно-культурологическом аспекте.

39. Зарубежный опыт и современные российские модели организации спичрайтерства

40. Теория аргументации Х.Перельмана

41. Роль французских постструктуралистов в становлении неориторики как особого метода изучения языка (в т.ч. языка СМИ) – (исследования Р. Барта, Цв. Годорова, Ж. Женетта, А.-И. Греймаса, К. Бремона и др.)

42. Характеристика работы «Общая риторика» 1970 г. (Ж. Дюбуа, Ф. Менге, Ф. Пир, Ф. Эделин, Ж.-М. Клинкаенберг, А. Тринон и др.)

43. Медиадискурс как интерпретационная система.

### **Критерии оценивания**

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

### **Тесты письменные**

1. *Изначально в основе изучения текстов массовой коммуникации и информации были заложены следующие основные виды их дифференциации. Выберите три верных ответа, исключив неправильный ответ:*



- 1) по совокупному образу ратора
- 2) по территориально-профессиональному признаку**
- 3) по видовым и жанровым особенностям**
- 4) по темпоральному признаку**

2. *Речевая деятельность журналиста*

- 1) протеистична
- 2) монологична**
- 3) полифонична

3. *Транзактность – это:*

- 1) явление, связанное с тем, что фактор развлечения очень часто перевешивает фактор информативности для адресата текста
- 2) возможность смены коммуникативных ролей адресанта и адресата
- 3) образ мира, в центре которой стоит «я»
- 4) рокировка «внешнего» и «внутреннего» как термов топоса Целостности**

4. *Риторическая модальность медиатекста – это:*

- 1) фонд знаний автора и аудитории (адресата)
- 2) общее содержание информации в медиапотоке**
- 3) адекватное восприятие текста
- 4) коммуникативно-целевая компонента, риторический смысл (причем чаще всего этой компонентой является убеждение, открытое или скрытое, т.е. манипулятивное)

5. *Риторической модальностью обладают:*

- 1) все тексты медиадискурса**
- 2) тексты-рассуждения
- 3) информирующие тексты
- 4) развлекательные тексты

6. *Языковые механизмы и средства, с помощью которых осуществляется языковая манипуляция – (укажите верные, исключив лишние варианты ответов):*

- 1) введение оценочной информации в фактологическую**
- 2) дробление информации**
- 3) местоименные слова;
- 4) метафоричность, размытость значений**
- 5) использование анафоры
- 6) система эвфемизмов и слов-определителей с «диффузной» семантикой**
- 7) использование лексики, вызывающей прогнозируемые эмоции**

7. *Дайте самостоятельные развернутые ответы на следующие вопросы:*

- 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?

**Требуется развернутый ответ**

8. Укажите количество межфразовых единств во фрагменте:

*Главной особенностью языка радио является сочетание словесного и звукового рядов. Использование широкого спектра возможностей аудиоряда — музыки, шумовых эффектов, фонетических и пара-тембральных свойств речи (интонация, темп, узнаваемые акценты, индивидуальные голосовые качества) делает язык радио мощным средством воздействия на массовую аудиторию. Язык телевидения представляет собой еще более совершенную систему кодифицированного воздействия, поскольку к уровням вербальному и звуковому прибавляется уровень визуальный, а именно движущееся цветное или черно-белое изображение. Именно поэтому телевидение считается самым эффективным в плане воздействия на общественное сознание средством массовой информации.*

- а) одно; б) два; в) три; г) четыре; д) пять; е) шесть.

9. *Какие методы анализа применимы к медиатексту? (Укажите верные варианты, исключив лишние)*

- 1) **Метод лингвокультурологического анализа**
- 2) **Когнитивный анализ**
- 3) **Транзактный анализ**
- 4) **Метод лингвистической экспертизы медиатекста**
- 5) Мотивный анализ
- 6) Метод критической лингвистики (critical linguistics) –
- 7) **Метод дискурсивного анализа (дискурсанализ)**
- 8) **Метод герменевтический**
- 9) **Метод контентанализа**

10. *Для современной лингвистики*

- 1) дискурс и текст являются синонимичными понятиями
- 2) дискурс является частью текста
- 3) текст – это открытая система, сохраняющая в себе следы других текстов
- 4) **дискурс – это сочетание текста и контекста**

### **Инструкция по выполнению**

В процессе решения тестов магистрант должен выбрать верные ответы из предложенных вариантов, а также дать развернутые самостоятельные ответы на вопросы.

### **Критерии оценивания:**

0–8 баллов: дано менее 30% верных ответов (2-1)

14–9 баллов: дано не менее 50% верных ответов (4-3)

16–15 балла: количество правильных ответов соответствует оценке «удовлетворительно» (6-5)

19–17 балл: количество правильных ответов соответствует оценке «хорошо» (7-8)

30–20 баллов: количество правильных ответов соответствует оценке «отлично» (9-10).

### **Вопросы к коллоквиуму**

1. Теория «массовой информации» и «массовой коммуникации»: имена, идеи, перспективы изучения.
2. Медиакартина мира, ее взаимосвязь с риторическим статусом медиавысказывания. Способы формирования медиакартины мира.
3. Когерентность – определение понятия, сфера применения.
4. Природа и сущность медиадискурса.
5. Исследования в области дискурс-анализа.
6. Взаимосвязь медиариторики и семиотики (влияние семиотических теорий Сепира-Уорфа, Пирса-Морриса на современные медиаисследования).
7. Взаимосвязь неориторики и классической риторики.
8. Риторическая модальность медиатекста
9. Политический дискурс: его связь с современным медиадискурсом
10. Аксиологический аспект риторики.
11. Понятие национального риторического идеала.
12. Риторическая позиция автора и ее роль в формировании медиакартины мира: медиариторический этос.
13. Влияние французского постструктурализма на становление медиариторики как науки.
14. Теория аргументации Х. Перельмана и ее влияние на формирование медиариторики как науки.

### **Критерии оценивания:**

Для подготовки к коллоквиуму магистранту необходимо самостоятельно подготовить ответы на любые 2 вопроса из предложенных. По возможности обучающиеся готовят презентации или используют другие средства наглядности (раздаточный материал, схемы, таблицы, рисунки и т.д.). Каждый подготовленный ответ оценивается максимально в 15 баллов.

30-25 баллов – даны развернутые ответы на два выбранных вопроса из разных разделов, в ответе приводятся ссылки на научную и учебную литературу, изученную при подготовке к коллоквиуму; используются наглядные средства

24-16 баллов – подготовлены достаточно развернутые ответы, без использования наглядных средств

15-10 баллов – подготовлен развернутый ответ на 1 из предложенных вопросов

9-0 баллов – ни один из предложенных вопросов не подготовлен / ответы на вопросы подготовлены, однако не соответствуют выбранной теме, не раскрывают суть вопроса, ответ характеризуется критическим количеством речевых ошибок и нарушений логической связности высказывания.

### **Ключи:**

(1) Когезия и когерентность представляют собой разные аспекты связности текста, т.е. одному и тому же текстовому феномену даются разные определения, что, однако, не меняет его единой изначальной природы, скорее, речь идет о разном уровне функционирования одного и того же явления. Приведенные нами различные точки зрения на природу когезии и когерентности позволяют заключить, что независимо от того, как понимаются сущность и границы данных категорий, все они обнаруживают ряд общих моментов, суть которых состоит в следующем: во-первых, как когезия, так и когерентность обеспечивают целостность и единство текста; во-вторых, ранние этапы становления лингвистической теории текста были отмечены совершенно отчетливой тенденцией рассмотрения когезии и как средства формальной внутритекстовой связи. По мере развития лингвистики текста, когезию стали понимать значительно шире, принимая во внимание ее текстообразующие потенции в плане формирования не только структурной, но и смысловой (содержательной) целостности речевого произведения. Приведенные нами подходы к определению понятий «когерентность» и «когезия» позволяют заключить, что независимо от того, как понимаются сущность и границы данных понятий, все они обнаруживают ряд общих моментов, суть которых состоит в том, что как когезия, так и когерентность обеспечивают целостность и единство дискурса. Вместе с тем, мы разделяем мнение тех лингвистов, которые считают, что когезия, средства которой определяются когерентностью, т.е. глобальной связностью текста)

(2) Успехи формальной логики первых четырех десятилетий XX в. (построение формально-логических исчислений, попытка разрешить логическими методами парадоксы теории множеств, программа редукции математики к логическому анализу и ее «фиаско» в образе ограничительных теорем Гёделя и Тарского) означали лишь одно — проблемы экстенциональной бессодержательной логики решены. Синтактика и семантика логического семиозиса нашли свое отражение в учебных процессах. Но с начала 1950-х гг. был содержательно тематизирован третий аспект логического семиозиса — прагматика. Логические схемы были дополнены риторическими фигурами и обрели модус коммуникативной реальности. Осознавая неразрывную связь между логикой и риторикой, можно программировать поиск эффективных средств осуществления межличностной коммуникации, конструирования персуазивного дискурса, реализации любых форм влияния. Реальную задачу по освобождению теории аргументации от опеки синтаксическо-семантической формальной логики сформулировал и начал решать Х. Перельман (1912—1984). Он разработал принципиально новую методологию решения коммуникативной проблематики, включив в нее вопросы неформальной аргументации, к которой на протяжении многих веков была чувствительна лишь восточная логика. «Риторическая форма» аргументации исследуется как инструмент коммуникативных технологий в персуазивных контекстах (например, в рекламе). Такие атрибуты классической модели аргументации, как конечность и необратимость, дополняются темпоральными схемами аргументации. Согласно Х. Перельману, «время изменяет условия рассуждения: оно инспирирует иерархизацию понятий, их перестройку для адаптации к конкретной ситуации», допускает эффект временного согласия в коммуникации, проявления настойчивости со стороны коммуникантов, информационные повторения, изменение контекста, регламент, «кредит» внимания и доверия реципиента и т. д., не релевантные доказательству. Преодолевая «дилетантизм» классической философии и риторики, Х. Перельман включил в методологию риторики базисные элементы феноменологического восприятия мира: интенциональность как направленность сознания на объекты действительного или возможных миров (и, соответственно, интенциональные состояния мнения, желания, веры, надежды и др.), интенциональность как отнесенность интенциональных состояний к определенным фрагментам концептуальной системы носителя интенциональных состояний и индексальность как зависимость содержания интерпретации от определенной концептуальной системы. Это позволило выявить и обосновать ключевые факторы персуазивной формы общения: информационное воздействие, аргументацию и компетенцию ее участников. Несмотря на то что структуры убеждений как производные аргументационных фигур носят эгоцентрический характер, они

формируются в результате конструктивного взаимодействия с внешней информационной средой. Следовательно, состав, характер и способ организации аргументации детерминир

## Творческие задания

### Задание 1.

Придумайте произвольную тему статьи, например, про книгу любимого писателя, и составьте для нее 5-6 разных по стилю заголовков. Соблюдайте последовательность действий, которые необходимо предпринять прежде, чем вы возьметесь за написание новой статьи. Вот она: Определение целевой аудитории \ Выбор жанра и стиля \ Составление плана \ Определение уровня разъяснения \ Составление заголовка

**Ключ:** 1. Мечтают ли читатели об электроовцах? Зачем сегодня нужна фантастика? Дистопия, утопия или антиутопия – какой остров сегодня выберешь ты? Все, что вы хотели знать о непознаваемом.

### Задание 2.

Прочитайте следующий рекламный текст, представленный на лингвистическую экспертизу. Как бы вы ответили на вопрос, поставленный перед экспертом:

«Содержится ли в тексте утверждение о безвредности для здоровья рекламируемой алкогольной продукции?». Ответ аргументируйте.

Пять озер: в чём тайна сибирской воды?

Несмотря на кризис, сибиряки прибавили в 2009 ещё 5% российского рынка, и за водкой «Пять озер» закрепился статус самой продаваемой сибирской водки в мире»

В чём же загадка такой популярности? Главное в «Пяти озерах» – это вода и ещё раз вода.

Сегодня, когда на некоторые этикетки в магазинах приходится смотреть зажмурившись, потому что графа «состав» больше напоминает периодическую таблицу химических элементов, покупатели по настоящему ценят настоящее природное качество.

Конечно, любая хорошая водка более безопасна для здоровья, чем напичканные консервантами и сульфитами напитки. Но даже среди своих собратьев «Пять озер» стоят особняком – несмотря на объёмы производства, каждую бутылку в «Пять озер» без исключения делают в

Сибири на одном единственном заводе. И при изготовлении используют воду, питающую знаменитые таежные озера – Линево, Данилово, Урманное, Шайтан-озеро и Потаенное, которую местные называют «живой водой».

Верить или не верить в многочисленные легенды пяти сибирских озёр каждый решает сам. Однако философия «Пяти озёр»: «Сделано в Сибири» – это не просто слова.

В каждой из этих бутылок действительно есть частичка первозданной сибирской тайги.

**Ключ:** нет, здесь нет прямых утверждений о безопасности продукции, однако высказывание построено с использованием размытых метафор, эвфемизмов и др. приемов, создающих общее впечатление о безопасности у адресата.

### Задание 3. Переведите фрагмент интервью из устной в письменную форму.

Знаменитый джазовый трубач Валерий Пономарев выступил в ростовской филармонии с бигбэндом Кима Назаретова. А потом рассказал нам свою историю: как с Патриарших прудов попал в Нью-Йорк, в лучший в мире джазовый оркестр.

*Валерий Пономарев, 75 лет. Джазовый трубач, жил и работал в Москве, в 1973 году эмигрировал в США, где добился мирового признания. Играл в лучшем на тот момент оркестре Jazz Messengers под руководством барабаничника Арта Блэйки. Сегодня у Пономарева свой биг-бэнд в Нью-Йорке и оркестр «Русские посланцы» в Москве.*

— Вы, наверное, о концерте хотите узнать? Можете даже не спрашивать, я сейчас сам все расскажу.

Знаете, иногда музыканты приспособливаются к публике и делают облегченную программу. А мы вчера играли без компромиссов — самый что ни на есть современный джаз. Прекрасно реагировала публика, как будто всю жизнь его слушала. И оркестр играл замечательно. Я еще на репетиции хотел им рекомендации раздать, а потом думаю, ладно, сначала послушаю. И никаких моих рекомендаций не понадобилось. Блестяще сыграли очень сложную программу.

... Таких моментов, когда мне будущее открывалось буквально, в жизни было несколько. Вот один из первых: я совсем мальчишка, мне шесть лет. Мама уговорила руководство пионерлагеря принять меня, хотя полагалось только с семи. Вот я в лагере, играю с мячом и вдруг слышу горн: *па-па-па-па-па-па*. Ну, казалось бы — что в этих звуках? Но есть что-то специфическое в звуке трубы. Такие же звуки призывали войска на битву еще в древние времена и вызывали в мужчинах чувства силы и победы. Так эти чарующие звуки на меня подействовали, что мяч я тут же бросил и побежал к горнисту. Ну, как у детей это бывает, прошу: дай поиграть. А тот не хочет. Тогда за меня дети вступились: «Отдай, он тут самый маленький!» С видом некоего превосходства (мол, пару раз дунет и ничего не сможет) отдал мне горн. А тот как будто мне всю жизнь принадлежал. И я сыграл точно те же звуки, один к одному. Ух, как эти дети завизжали! Лучше аплодисментов в моей жизни не было. Все когда-то пытались понемножку сыграть на этой трубе, и ничего не получалось. Как они заорали: «Во рыжий дает!» Горнист потом свой инструмент оберегал и мне не давал, а на следующий год я уже сам был горнистом в лагере. [конец фрагмента; источник - <https://nationmagazine.ru/people/a-ved-on-uzhe-znal-chto-ya-ne-prosto-turist-kotoryy-obaldel-ot-nyu-yorka-na-pilsya-i-lezet-na-stsenu>]

**Ключ:** Необходимо избавиться от вопросно-ответных конструкций, парцеллированных высказываний, транспонируя их в сложносочиненные и сложноподчиненные предложения

#### Задание 4.

Опишите свою дорогу от дома к офису, университету и т. п. в жанре репортажа. Старайтесь обращать внимание на детали. Расскажите о людях, которых встречаете по дороге.

**Ключ:** Чтобы репортаж «затягивал», он должен быть написан по законам драматургии: – появляется проблема (завязка);

– персонажи пытаются ее решить (развитие действия); – приближаются к решению (кульминация); – либо добиваются успеха, либо нет (развязка).

В подготовку репортажа обязательно входит наблюдение за происходящим. Иначе создать затем в тексте «*эффект присутствия*» невозможно.

Наблюдение должно быть целенаправленным и ориентированным на поиск эмоционально ярких эпизодов, которые раскрывают конфликт. Здесь две ключевые фразы «*эмоционально яркие эпизоды*» и «*раскрывают конфликт*». Все остальное лишнее. Не повторяйте ошибку начинающих журналистов, которые пытаются зафиксировать все подряд, исписывают по несколько блокнотов, а затем оказывается, что многие эмоционально яркие сцены никак на конфликт не работают, и их приходится вычеркивать, а раскрывающих конфликт «держат внимание» сцен, наоборот, не хватает.

#### Критерии оценивания:

Каждое выполненное задание оценивается в 10 баллов (максимальное количество баллов за этот вид работы – 40 баллов, если качественно выполнены все 4 задания)

40-30 баллов – на высоком уровне выполнены не менее 3 заданий

29-16 баллов – на высоком уровне выполнены не менее 2 заданий

15-10 баллов – на достаточном уровне выполнено 1 задание

9-0 баллов – задания не выполнены/ выполнены на низком уровне

**Материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устной форме экзаменационный билет состоит из двух теоретических вопросов и одного практического задания, выбираемого из комплекта творческих заданий. Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку магистранта. Магистранты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются ключевые вопросы социокультурных основ журналистики как общественной деятельности. Выясняются предмет, структура и проблематика социологии СМИ, описывается проблематика социологических исследований СМИ. Акцентируется роль социологии в медиапространстве на современном этапе развития.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов; развиваются навыки социокультурной медиакоммуникации (в том числе межкультурной и массовой) в академической и деловой сфере, как в классической форме, так и с применением технических средств; прививаются основы речевой культуры, связанные с языковыми нормами и речевым этикетом.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- изучить основную и дополнительную литературу для подготовки к тесту;
- подготовиться к проведению деловой игры
- письменно выполнить тестовые задания, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы;
- подготовить ответы на творческие задания, предложенным в Пр.1

В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимися в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников, выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами, а также взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.