

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.02.02** Методологические основы медиадискурса

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ИБК Бренд-комм ОО №2-1-38.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                        | Практ.<br>занятия |                |                   |                      |                                      |
| 3                         | УП  | 16                            | 32                | 33             | 27                | 3                    | Экзамен                              |
|                           | РПД | 16                            | 32                | 33             | 27                | 3                    |                                      |
| Итого                     | УП  | 16                            | 32                | 33             | 27                | 3                    |                                      |
|                           | РПД | 16                            | 32                | 33             | 27                | 3                    |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

|                                        |       |                                |
|----------------------------------------|-------|--------------------------------|
| Составитель (и):                       |       |                                |
| доктор филологических наук, Профессор  | _____ | Петрова Галина<br>Валентиновна |
| кандидат культурологии, доцент         | _____ | Савицкая Вероника<br>Юрьевна   |
| От кафедры составителя:                |       |                                |
| Заведующий кафедрой бренд-коммуникаций | _____ | Савицкая Вероника<br>Юрьевна   |
| От выпускающей кафедры:                |       |                                |
| Заведующий кафедрой                    | _____ | Савицкая Вероника<br>Юрьевна   |

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Развитие медиаграмотности обучающегося и формирование системы ориентирующих знаний, умений и навыков в осуществлении профессиональной коммуникации

### 1.2 Задачи дисциплины:

- развитие исходного уровня общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося; а также его научно-исследовательских и творческих способностей
- формирование представления об особенностях исследовательских подходов к медиадискурсу и разнообразии речевого общения в современном информационном пространстве;
- развитие способности критически воспринимать, анализировать и оценивать медиатексты, во всем разнообразии их форм.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Мировые культуры и межкультурные коммуникации
- Теория и философия медиакommunikаций
- История публичных коммуникаций
- Редактирование в рекламной и PR-деятельности
- Интегрированные маркетинговые коммуникации
- Медиатекст в информационном пространстве
- История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью
- Производственная практика (профессионально-творческая практика)

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

**Знать:** содержание понятия медиадискурс и общие национально-культурные лингвостилистические особенности современного медиадискурса (прецедентность, интенциональность; интертекстуальность); новационные способы формирования современного медиадискурса

**Уметь:** выявлять и анализировать медиадискурсионные особенности коммуникативного продукта; разрабатывать стратегию коммуникативной политики компании/организации с использованием современных медиадискурсионных принципов

**Владеть:** навыками дискурсионного анализа, использования современных лингвистических и культурных средств и цифровых технологий в процессе создания коммуникационного продукта; планирования, разработки и реализации рекламного PR дискурса в конкретной профессиональной ситуации

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Форма<br>текущего<br>контроля |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                               |
| Раздел 1. Современная методология анализа медиатекста                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3                         |                   |               |              | С                             |
| Тема 1. Медиапространство: проблема дефиниции понятия. Медиапространство как социальный феномен и результат взаимодействия средств массовой коммуникации и аудитории. Система отношений производителей и потребителей массовой информации. Сетевой принцип организации медиапространства. Практическое занятие. Категории «медиапространство» и "медиатекст" в зарубежных исследованиях (анализ источников). |                           | 1                 | 2             | 6            |                               |
| Тема 2. Методологические парадигмы современных медиаисследований: политико-идеологический (ресурсный) подход, коммуникативный подход, медиалингвистический подход, системно-структурный подход, территориальный подход, технологический подход, медиаобразовательный подход. Практическое занятие. Категории "медиатекст" и "медиапространство" в работах отечественных исследователей (анализ источников)   |                           | 2                 | 4             | 3            |                               |
| Тема 3. Методология анализа медиатекста: методы лингвистического анализа, контент-анализа, дискурс-анализа, критической лингвистики, когнитивный метод, метод лингвокультурологического анализа. Практическое занятие. Комплексный анализ медиатекста.                                                                                                                                                       |                           | 2                 | 4             | 3            |                               |
| Тема 4. Основные категории медиатекста. Интертекстуальность как онтологическая категория медиатекста. Типы интертекстуальных знаков и их функции. Проблема конвергентности медиатекста. Практическое занятие. Анализ интертекстуальных знаков в современных медиатекстах.                                                                                                                                    |                           | 2                 | 4             | 3            |                               |
| Раздел 2. Методологические основы анализа рекламного и PR-текста                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                           |                   |               |              | С                             |
| Тема 5. Типология медиатекстов как основа медиаграмотности<br>PR-текст и рекламный текст в структуре медиапространства.<br>Практическое занятие: Комплексный анализ рекламного и PR-текста                                                                                                                                                                                                                   |                           | 3                 | 6             | 6            |                               |
| Тема 6. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика. Медийная основа современного рекламного текста. Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы. Новационные технологии создания рекламного текста.<br>Практическое занятие: Комплексный анализ рекламного и PR-текста                                                                                                                    |                           | 3                 | 6             | 6            |                               |
| Тема 7. PR-текст как разновидность медиатекста. Проблема разграничения рекламного и PR-текста. Типология современных PR-текстов. Новационные технологии создания PR-текста.<br>Практическое занятие: Комплексный анализ рекламного и PR-текста                                                                                                                                                               |                           | 3                 | 6             | 6            |                               |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                           | 16                | 32            | 33           |                               |

|                                                   |  |      |      |  |
|---------------------------------------------------|--|------|------|--|
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен) |  | 2,5  | 24,5 |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b> |  | 50,5 | 57,5 |  |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

### 6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

#### 6.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1            | характеризует структуру современного медиапространства и национально-культурные лингвостилистические особенности современного медиадискурса (прецедентность, интенциональность; интертекстуальность);<br>выявляет и анализирует особенности коммуникативного продукта на основе разных методологических принципов;<br>разрабатывает эффективную стратегию коммуникативной политики компании/организации на основе анализа конкретной ситуации |

#### 6.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания        | Критерии оценивания сформированности компетенций                                                                                                                        |                   |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                         | Устное собеседование                                                                                                                                                    | Письменная работа |
| 5 (отлично)             | Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.        |                   |
| 4 (хорошо)              | Ответ стандартный, качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки                 |                   |
| 3 (удовлетворительно)   | Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов.      |                   |
| 2 (неудовлетворительно) | Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать концептуальные положения дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств. |                   |

#### 6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

##### 6.3.1 Типовые контрольные вопросы

| № п/п     | Формулировки вопросов                                   |
|-----------|---------------------------------------------------------|
| Семестр 3 |                                                         |
| 1         | Новационные технологии создания рекламного и PR-текста. |
| 2         | Типология современных PR-текстов.                       |
| 3         | Проблема разграничения рекламного и PR-текста.          |
| 4         | PR-текст как разновидность медиатекста.                 |
| 5         | Типологический профиль рекламного текста.               |
| 6         | Медийная основа современного рекламного текста.         |
| 7         | Новационные технологии создания WEB-текста              |

|    |                                                                     |
|----|---------------------------------------------------------------------|
| 8  | WEB-текст: специфика формальных и содержательных элементов          |
| 9  | Новационные технологии создания текста радиотрансляции              |
| 10 | Радийный текст: специфика формальных и содержательных элементов     |
| 11 | Новационные технологии создания телетекста                          |
| 12 | Телетекст: специфика формальных и содержательных элементов          |
| 13 | Новационные технологии создания печатного медиатекста               |
| 14 | Текст печатных СМИ: специфика формальных и содержательных элементов |
| 15 | Современный «журналистский» медиатекст                              |
| 16 | Классификация медиатекста по тематической доминанте.                |
| 17 | Классификация медиатекста по функционально- жанровому типу текста   |
| 18 | Классификация медиатекста по каналу распространения.                |
| 19 | Классификация медиатекста по форме (фактуре) текста.                |
| 20 | Классификация медиатекста по способу производства                   |
| 21 | Проблема типологии медиатекстов                                     |
| 22 | Проблема конвергентности медиатекста.                               |
| 23 | Формат медиатекста                                                  |
| 24 | Типы интертекстуальных знаков и их функции в медиатексте            |
| 25 | Креолизованность как базовая категория медиатекста.                 |
| 26 | Интертекстуальность как онтологическая категория медиатекста.       |
| 27 | Массовость медиатекста                                              |
| 28 | Интегративность (поликодовость) медиатекста                         |
| 29 | Метод лингвокультурологического анализа медиатекста.                |
| 30 | Когнитивный метод анализа медиатекста.                              |
| 31 | Метод критической лингвистики                                       |
| 32 | Метод дискурс-анализа медиатекста                                   |
| 33 | Метод контент-анализа медиатекста                                   |
| 34 | Метод лингвистического анализа медиатекста                          |
| 35 | Понятие медиатекст в исследованиях отечественных ученых             |
| 36 | Зарубежные исследователи о медиатексте                              |
| 37 | История становления понятия медиатекст                              |
| 38 | Структура медиапространства.                                        |
| 39 | Потребители медиапространства.                                      |
| 40 | Производители медиапространства                                     |
| 41 | Медиаобразовательный подход к анализу медиапространства             |
| 42 | Технологический подход к медиапространству                          |
| 43 | Территориальный подход к медиапространству.                         |
| 44 | Системно-структурный подход к медиапространству.                    |
| 45 | Медиалингвистический подход к медиапространству                     |
| 46 | Коммуникативный подход к медиапространству                          |
| 47 | Политико-идеологический (ресурсный) подход к медиапространству      |
| 48 | Медиапространство в работах зарубежных исследователей               |
| 49 | Отечественные ученые о медиа- и информационном пространстве.        |
| 50 | История становления понятий медиа- и информационное пространство.   |

### 6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

### 6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Прочитайте текст и проанализируйте его, отвечая на вопросы.

- 1) Определите жанр данного медиатекста.
- 2) Оцените заголовок текста. Удачен ли он?
- 3) Определите, в чём состоит предложение автора. Представляет ли оно собой факт, действие, ценность?
- 4) На чем строится авторская аргументация?
- 5) Какой из типов воздействия (рациональный, эмоциональный, этический) преобладает в тексте?
- 6) Какова структура текста? Какой вид (виды?) компоновки материала представлен?
- 7) Логичен ли автор? Логично ли развивается повествование? Аргументируйте своё мнение.
- 8) Какого вида выводы использует автор? Убедителен ли автор?

Задание 2. Прочитайте рекламный текст (PR-текст) и проанализируйте его по плану:

- опишите типологический профиль текста;
- определите стратегию и ее вид,
- определите жанр текста и логико-композиционную модель его построения,
- проанализируйте основную структуру текста и дайте характеристику основных ее элементов,
- охарактеризуйте языковые приемы и приемы визуализации.
- дайте характеристику медийной составляющей текста.

## 6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

### 6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

☐

+

Письменная

☐

Компьютерное тестирование

☐

Иная

☐

### 6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1 Учебная литература

| Автор                                          | Заглавие                                                                                                                          | Издательство           | Год издания | Ссылка                                                                                                                              |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.1.1 Основная учебная литература</b>       |                                                                                                                                   |                        |             |                                                                                                                                     |
| Кузьмина Н.А., отв. ред.                       | Современный медиатекст. Учебное пособие                                                                                           | Москва: Флинта         | 2019        | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=340831">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=340831</a> |
| Якунин А. В.                                   | Интернет-журналистика. Интернет-журналистика в контексте массовой коммуникации в медиасреде Интернет                              | СПб.: СПбГУПТД         | 2017        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179087">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179087</a>   |
| Дзялошинский, И. М.                            | Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2021        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/103441.html">http://www.iprbookshop.ru/103441.html</a>                                           |
| <b>7.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |                                                                                                                                   |                        |             |                                                                                                                                     |
| Асташова О. В.                                 | Основы копирайтинга. Практические занятия и самостоятельная работа                                                                | СПб.: СПбГУПТД         | 2019        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299</a>   |

|                                                                                                                                                          |                                                                          |                               |      |                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Богуславская В. В.,<br>Ерофеева И. В.,<br>Тепляшина А. Н.,<br>Толстокулакова Ю.<br>В., Ерофеева И. В.                                                    | Моделирование<br>медиатекста                                             | Саратов: Ай Пи Эр<br>Медиа    | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/79972.html">http://www.iprbookshop.ru/79972.html</a>                                           |
| Шамина, И. С.,<br>Ушакова, А. С.,<br>Ткаченко, Е. А.,<br>Даракчан, Е. А.,<br>Бодрова, А. П.,<br>Рублева, Д. М.,<br>Разгулова, С. А.,<br>Литвинова, Е. А. | SEO-копирайтинг 2.0. Как<br>писать тексты в эру<br>семантического поиска | Москва: Инфра-<br>Инженерия   | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/78250.html">http://www.iprbookshop.ru/78250.html</a>                                           |
| Асташова О. В.                                                                                                                                           | Разработка рекламного<br>текста. Практические<br>задания                 | СПб.: СПбГУПТД                | 2017 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179211">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179211</a> |
| Отв. Кознова Н. В.                                                                                                                                       | Современные СМИ в<br>контексте<br>информационных<br>технологий –2019     | СПб.: СПбГУПТД                | 2019 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199301">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199301</a> |
| Вязовик Т. П.                                                                                                                                            | Теория текста.<br>Практические занятия и<br>самостоятельная работа       | СПб.: СПбГУПТД                | 2017 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179061">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179061</a> |
| Вилкова М. И.                                                                                                                                            | Методика редактирования<br>текста. Практические<br>занятия               | СПб.: СПбГУПТД                | 2017 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179214">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179214</a> |
| Сегер, Линда,<br>Десятова, М.                                                                                                                            | Скрытый смысл: Создание<br>подтекста в кино                              | Москва: Альпина нон-<br>фикшн | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/82642.html">http://www.iprbookshop.ru/82642.html</a>                                           |

## 7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].

URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].

URL: <https://www.restko.ru/>

Библиотека Центра экстремальной журналистики [Электронный ресурс]

URL: <http://www.library.cjes.ru/online>

Международный пресс-клуб. [Электронный ресурс]

URL: [www.pr-club.com](http://www.pr-club.com)

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс]

URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)

## 7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

## 7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение                                                     |
|----------------------|---------------------------------------------------------------|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Учебная аудитория    | Специализированная мебель, доска                              |