

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

ФТД. 01
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Современный медиатекст

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки

42.04.02 Журналистика

направленность (профиль)

Мультимедийная журналистика

Форма обучения: очная

Год набора: 2019

Общая трудоемкость: 2 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	2	Итого
Форма контроля	зачет	
Вид занятий		
Лекции	14	14
Лабораторные		
Практические	14	14
Руководство: курсовые работы (проекты)		
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Контактная работа	28,25	28,25
Самостоятельная работа	43,75	43,75
Контроль		
Итого	72	72

Рабочую программу составил(и):

Заведующий кафедрой, кандидат филологических наук, доцент Иванова Л.В.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 42.04.02 Журналистика

Срок действия рабочей программы дисциплины до «30» августа 2021 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании кафедры «Журналистика»

(протокол заседания № 1 от «28» августа 2018 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – выработать у студентов умения конструктивного анализа и создания медиатекстов различных типов и форм на основе систематизации научных знаний о типологии медиатекстов, а также о медиатексте как объекте многоаспектного характера, включающем коммуникативную, лингвистическую и экстралингвистическую стороны.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: Актуальные проблемы современности и журналистика; Жанры и форматы мультимедийной журналистики, Методология и методика медиаисследований.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Разработка и реализация мультимедийных проектов; Введение в дата-журналистику; Спецпроект в СМИ; Редактор мультимедийного проекта; Производственная практика (профессионально-творческая практика) 1, 2; Преддипломная практика; Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: <ul style="list-style-type: none">– сущностные черты медиатекста, обусловленные его функционированием в разных сферах публичной коммуникации;– формы и закономерности соотношения внешних (коммуникативных) факторов, лежащих в основе конструирования медиатекста, с внутренними константами медиатекста;– специфику современного медиатекста, его жанровые разновидности;– углубленно особенности аналитической журналистики, типы текстов и их характеристики.– авторские стратегии, направленные на создание конкретного типа медиатекст;– этапы и принципы производства различных типов медиатекстов
		Уметь: <ul style="list-style-type: none">– идентифицировать объект (медиатекст), давать его описание, проводить конструктивный,

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
		методически выверенный анализ, указывать на характерные свойства; – создавать медиатекст (медиапродукт) для различных институтов, производящих массовую информацию
		Владеть: – специальной терминологией теории теста и медиатекста; – навыками самостоятельного анализа медиатекста разных жанров
	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией журналистских текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	Знать: – специфику производственной деятельности в различных институтах, производящих массовую информацию (журналистика, связи с общественностью, реклама); – методику разработки концепции медиатекстов различного типа
		Уметь: управлять процессом подготовки востребованных конкретными социальными институтами типов медиатекста Владеть: навыками оценки, рефлексии и корректирования процесса производства медиатекстов различного типа

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль I. Медиадискурс и медиатекст как научные и профессиональные понятия	Лекция	Медиадискурс и медиатекст: определение понятий. Медиатекст как единица медиадискурса	1	2	-	-	
	Практическое занятие	Медиатекст как законченное информационное и структурное образование. Функциональная обусловленность внутренних качеств медиатекста. Прагматика медиатекста	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Лекция	Типы медиатекстов в зависимости от форм массово-коммуникативного взаимодействия	1	2	-	-	
	Практическое занятие	Процессы производства медиатекстов различного типа	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Лекция	Коммуникативные основы создания медиатекстов. Технологии воздействия медиатекстов.	1	2	-	-	
	Практическое занятие	Управление производством медиатекстов различного типа	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
Модуль I. Технологии производства медиатекстов различного типа	Лекция	Информационная насыщенность медиатекста как творческая и управленческая проблема	1	2	-	-	

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Практическое занятие	Информативность и способы ее повышения. Процессы компрессии информации в медиатексте	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Лекция	Стиль как средство реализации конструктивной идеи медиатекста	1	2	-	-	Вопросы к зачету
	Практическое занятие	Синтактика медиатекста как творческая проблема	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Лекция	Выразительность как свойство медиатекста	1	2	-	-	
	Практическое занятие	Способы повышения выразительности медиатекстов различного типа	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
	Лекция	Проблемно-аналитический текст в СМИ: содержательно-формальные и прагматические характеристики	1	2	-	-	
	Практическое занятие	Организация и управление производством медиатекстов повышенной сложности	1	2	-	-	Разноуровневые задачи и задания
Итого:				28	-		

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины основано на принципе практико-ориентированного обучения. Используются образовательные технологии, позволяющие создать условия, необходимые для формирования профессионально-творческих и управленческих компетенций. В основе содержания дисциплины – ориентация на современные тенденции функционирования мультимедийных медиатекстов и медиапродуктов разных типов.

Преподавателем используются следующие образовательные технологии.

Технология развития критического мышления:

- лекция-беседа;
- практические занятия с проверкой результатов самостоятельной работы студентов.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Важнейшим результатом освоения дисциплины является овладение знаниями о типологии медиатекстов и их выразительных ресурсах, а также умениями и навыками, необходимыми для самостоятельного или коллективного производства медиатекстов разного типа.

Освоение компетенций происходит в несколько этапов: реферативный (изучение и усвоение теоретических знаний о типологии медиатекстов и их выразительных ресурсах), репродуктивный (использование полученных знаний для узнавания объектов изучения в профессиональной практике), исследовательский (анализ результатов чужой профессионально-творческой деятельности, отбор лучших образцов для подражания), творческий (осуществление авторской (коллективной) деятельности по созданию медиатекстов разного типа с использованием разнообразных выразительных ресурсов).

Создание медиатекстов разного типа требует понимания коммуникативной обусловленности данного процесса. Анализ чужих медиатекстов и производство авторских необходимо осуществлять с учетом всех коммуникативных (экстралингвистических) факторов.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	ОПК-1	<i>Вопросы к зачету №№ 1-40 Разноуровневые задачи и задания</i>

7.2.1. Разноуровневые задачи и задания (наименование оценочного средства)

Типовой пример задания репродуктивного типа

Тема «Медиатекст как законченное информационное и структурное образование. Прагматика медиатекста»

Выберите из современного дискурса СМИ три журналистских материала разного типа (новостной, аналитический, художественно-публицистический). Проанализируйте их с точки зрения соотношения реальности и ее репрезентации в определенной коммуникативной ситуации, то есть с точки зрения влияния всех компонентов коммуникативного акта на внутренние качества медиатекста.

Краткое описание и регламент выполнения

Создание журналистских текстов требует понимания коммуникативной обусловленности данного процесса. В связи с этим их анализ следует проводить в соответствии с алгоритмом, включающим коммуникативные (экстралингвистические) факторы:

- сфера коммуникации, цель, функции;
- модель коммуникации;
- канал передачи сообщения («тип», «формат», «технологии», «язык»);
- «агентство медиа» (agency) – источник медийной информации (люди, которые владеют, создают и распространяют медиатексты); дискурсивная личность автора (в публицистическом тексте);
- адресат (социально-психологические характеристики, культурный тезаурус), его коммуникативные ожидания (потребности, интересы), уровень осведомленности, стереотипы;
- пространственно-временной, социально-политический и культурный контекст;
- идея текста – продукт совместной деятельности автора читателя.

При анализе интенциональной (авторской) категории необходимо учитывать:

- личные и социальные идеологемы – концепты, утверждаемые в тексте;
- именованности (публицистические термины, метафорические модели, ономастические метафоры и ярлыки; публицистические пресуппозиции: фразеологизированные публицистические стандарты, универсальные и этноспецифические наименования);
- приемы скрытой и открытой оценки;
- стилистическую тональность текста как способ воздействия на эмоциональную сферу;
- интерпретационную стратегию (смыслы, именованность в воздействующей речи, шкала ценностей, ирония).

Критерии оценки:

- «отлично» выставляется студенту, если анализ выполнен в соответствии с методикой выявления коммуникативных детерминант; раскрыты тема, идея материала, даны аргументированные оценки его структурно-композиционных особенностей, языковых и стилистических характеристик; установлено влияние внешних факторов на внутренние качества текста;
- «хорошо»: раскрыты тема, идея материала, даны аргументированные оценки его структурно-композиционных особенностей, выявлены языковые и стилистические характеристики; однако при выявлении коммуникативной направленности не удалось установить коммуникативные детерминанты и их влияние на внутренние качества текста;
- «удовлетворительно»: допущены ошибки при выявлении темы и идеи материала, его структурно-композиционных особенностей, грамотно выявлены языковые и стилистические характеристики; при выявлении коммуникативной направленности текста не удалось установить коммуникативные детерминанты и их влияние на внутренние качества текста;
- «неудовлетворительно»: задание не выполнено либо результаты анализа медиатекста проявил некомпетентность студента.

Типовой пример задания реконструктивного типа

Тема «Способы повышения выразительности медиатекстов различного типа».

Проведите правку-дополнение предложенного преподавателем медиатекста, добавив в него какой-либо прием / приемы (метод/метод), повышающий(ие) выразительность идеи.

Краткое описание и регламент выполнения

Преподаватель предлагает студентам два журналистских материала, имеющих минимальное количество выразительных ресурсов. Студент выбирает общетекстовые, композиционные, языковые и др. приемы, которые могут повысить выразительность их идей.

Создает текстовые аналоги приемов, адекватные идейно-тематической направленности материалов, и включает в исходный материал дополнительные фрагменты.

В процессе выполнения задания студенты должны продемонстрировать умение использовать теоретический материал в авторской деятельности для решения конкретной задачи.

Критерии оценки:

- «отлично»: правильно выбраны и использованы для повышения выразительности обоих предложенных преподавателем медиатекстов общетекстовые, композиционные, языковые и др. приемы; конструктивно использованы стилевые приемы (методы);
- «хорошо»: в выборе и использовании стилевых приемов (методов) допущены незначительные ошибки, тем не менее тексты получили большую выразительность;
- «удовлетворительно»: использован скудный набор выразительных приемов (методов);
- «неудовлетворительно»: выбранные приемы (методы) не обеспечили выразительность текста, снизили конструктивность идеи.

Типовой пример задания творческого типа

Тема «Способы повышения выразительности медиатекстов различного типа».

Подготовить авторский материал, используя для выражения идеи различные виды интертекстуальных включений.

Краткое описание и регламент выполнения

При выполнении задания необходимо следовать алгоритму работы с интертекстом:

- выбрать адекватный идейно-тематической направленности материала претекст интертекстуального включения (обращая внимание на конкретную область культуры);
- определить потенциальные функции интертекста и его роль в передаче авторской идеи;
- оценить коммуникативно-прагматическую направленность интертекста.

Критерии оценки:

- «отлично»: использованы разнообразные типы интертекста, они грамотно введены в содержание и структуру авторского материала, обеспечили повышение его выразительности;
- «хорошо»: допущены негрубые ошибки в использовании интертекста;
- «удовлетворительно»: включение интертекста привело к деформации смысла материала;
- «неудовлетворительно»: студент не смог подобрать адекватный авторскому замыслу интертекст и органично вписать его в медиатекст.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр: 1

№ п/п	Вопросы к зачету
	1. Дискурс как объект исследования коммуникативной лингвистики. Медиадискурс как функционально-обусловленный тип дискурса

№ п/п	Вопросы к зачету
	2. Современные СМИ как сфера порождения и функционирования медиадискурса. Специфика современного российского медиадискурса
	3. Актуальный медиадискурс: теоретико-методологические аспекты исследований
	4. Медиатекст как часть (результат) медиадискурса: дефиниция понятия, существенные признаки медиатекста. Типология медиатекстов в соответствии с моделями коммуникации
	5. Семантика, синтактика, прагматика как «параметры» выявления сущности текста и специфических черт различных видов текста. Методика структурного и функционального анализа медиатекста
	6. Медиатекст как элемент процессуального среза массовой коммуникации. Характеристики прагматики медиатекста
	7. Прагматическая установка автора медиатекста. Формы представления авторства. Понятие авторской интенции. Авторские стратегии в медиатексте. Интенция автора как текстообразующая категория
	8. Семантические элементы медиатекста: тема, идея. Прагматическая ориентированность идеи медиатекста
	9. Синтагматические (синтактические) характеристики медиатекста: специфика внешней и внутренней формы
	10. Коммуникативно-ориентированные методы построения медиадискурса
	11. Стилистические качества медиатекста: правильность речи, чистота речи, культура речи
	12. Функциональный срез системы массовой коммуникации: единство трех типов медиадискурсов
	13. Специфика журналистского (публицистического), рекламного и имиджевого дискурсов современных СМИ. Обусловленность специфических черт дискурсов характером публицистической, рекламной и ПР-коммуникации
	14. Публицистическая коммуникация, ПР-коммуникация, рекламная коммуникация: структурная и функциональная характеристика
	15. Журналистский и публицистический тексты, ПР-текст, рекламный текст: информационно-структурные и прагматические характеристики
	16. Функциональная специфика медиатекста. Порождение, понимание и интерпретация медиатекста. Понятие целесообразной социальной коммуникации. Условия порождения современного медиадискурса как текстообразующий фактор
	17. Формы коммуникационного понимания. Критерии распознавания уровня понимания медиатекста реципиентом. Проблема конфликта интерпретаций
	18. Персуазивность (воздействие) медиатекстов. Технологии воздействия медиатекстов: убеждение, внушение. Тексты аргументирующего типа
	19. Манипулятивные технологии медиатекстов: логические и лингвистические
	20. Понятие информационной насыщенности и информативности медиатекста. Мера прагматической информации в медиатексте. Понятие напряженного и ненапряженного медиатекста
	21. Оптимальная семантическая наполненность медиатекста как ресурс структурной напряженности. Способы создания структурно напряженного текста
	22. Интенсивный и экстенсивный способы повышения информационных качеств медиатекста
	23. Процессы компрессии в медиатексте. Информационная компрессия. Факторы, обуславливающие компрессию информации. Семиотические и коммуникативные способы информационной компрессии

№ п/п	Вопросы к зачету
	24. Норма как средство обеспечения прагматической адекватности медиатекста. Типология норм: языковые (системные), стилистические, коммуникативные. Компоненты стилистической нормы: языковая, тематическая, текстологическая
	25. Стилистический и стилевой анализ медиатекста: теория, методика.
	26. Стилль как свойство плана выражения и средство реализации конструктивной идеи медиатекста. Экстралингвистические факторы стилевой нормы. Понятие силевой ошибки
	27. Индивидуальный стиль публициста как отражение творческого метода
	28. Стиллевая концепция масс-медиа. Понятия «стилль передачи», «стилль комментатора»
	29. Выразительность как средство конструирования и репрезентации действительности в средствах массовой информации. Общетекстовые выразительные приемы и их использование в печатном медиатексте
	30. Композиционные и языковые приемы повышения выразительности медиатекста
	31. Использование средств выразительности в заголовках медиатекстов
	32. Теория интертекстуальности как направление исследований медиатекста – текста открытого типа. История формирования концептуального знания об интертекстуальности
	33. Интертекст как средство выразительности медиатекста. Прагматическая направленность интертекстуальных включений
	34. Диалогичность и диалоговость как свойства медиатекста. Аспекты диалогичности: адресованности ответственность. Диалогические медиатексты и межтекстовые единства. Диалоговость как свойство внешне монологического медиатекста (внутримонологическая диалогичности)
	35. Теории диалога М.М. Бахтина, Е.Д. Поливанова, Л.В. Щербы, Л.П. Якубинского. Диалогическая концепция М.М. Бахтина
	36. Диалогичность как основа формирования речевых жанров (Л.Р. Дускаева)
	37. Специфика диалогичности и диалоговости полемического медиатекста
	38. Риторика медиатекста и диалогичность. Текстовые приемы диалогичности
	39. Приемы диалогичности и коммуникативные функции языка. Классификация диалогических приемов: прием диалогизации, прием цитации, прием выдвижения. Модели и модификации приемов. Принципы выдвижения (контраст, повтор, квантование). Синтаксические средства диалогизации
	40. Постмодернистское отношение к действительности как основа игровых стратегий в медиатекстах разного типа. Код игры: ресурсы и функции
	41. Детерминанты концепции медиапроекта
	42. Социологические опросы для выявления социально-демографических характеристик и информационных потребностей целевой аудитории проекта
	43. Редакционная «технологическая цепочка» реализации медиапроекта: этапы и роли участников проекта
	44. Планирование процесса разработки содержания проекта: принципы, этапы, действия
	45. Жанровая стратегия проекта как элемент концепции
	46. Управление процессом повышения выразительности медиапроекта

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
1	Зачет (устно)	«Зачтено»	<p><i>В течение семестра:</i> Обязательное выполнение всех разноуровневых заданий.</p> <p><i>На зачете:</i> Развернутые ответы на два вопроса: глубина раскрытия темы, полнота, точность определения терминов и понятий, правильность примеров из журналистской практики, доказывающих (иллюстрирующих) теоретические положения; ответы на дополнительные вопросы, демонстрирующие свободное владение материалом; знание источников научной и учебно-методической информации; понимание специфики медиатекстов разных типов, знание разнообразных ресурсов, повышающих выразительность медиатекстов.</p> <p>Возможны незначительные ошибки в определении понятий, отсутствие в ответе описаний второстепенных аспектов темы.</p> <p>При условии отсутствия ответа на один вопрос студент должен продемонстрировать глубокое владение темой, знание состояния современной практики массмедиа, все учебные задания должны быть выполнены на положительную оценку</p>
		«Не зачтено»	<p><i>В течение семестра:</i> Невыполнение более одного задания.</p> <p><i>На зачете:</i> Студент ответил на два вопроса, но допустил грубые ошибки в раскрытии темы, не привел подтверждающие примеры; либо ответил только на один вопрос, при этом не продемонстрировал достаточный уровень знаний по теории медиатекста, не доказал понимание возможностей различных приемов и методов в повышении выразительности медиатекстов</p>

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
		Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам	Учебное пособие	2016	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Бобров А. А.	Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере	Учебное пособие	2017	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Дзялошинский И. М.	Современное медиапространство России	Учебное пособие	2017	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Иванова Л. В.	Жанры аналитической журналистики	Электронное учебно-методическое пособие	2020	Репозиторий ТГУ
	Мисонжников Б.Я. – отв. ред.	Современный медиахолдинг: формы существования и проблемы институционализации: Коллективная монография /	Коллективная монография	2018	Электронно-библиотечная система «Лань»
	Козырев Г. И.	Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании	Учебное пособие	2020	Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
	Кульчицкая Д. Ю. Галустян А.А.	Лонгриды в онлайн-СМИ [Электронный ресурс] : особенности и технология создания	Учебное пособие	2016	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Олешко Е. В.	Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности	Учебное пособие	2017	Электронно-библиотечная система "Лань"
	Олешко Е. В.	Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности	Учебное пособие	2016	3
	Чумиков А. Н	Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд	Учебное пособие	2016	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Бакулев Г. П.	Конвергенция медиа и журналистика	Практическое пособие	2002	1
	Бердников И. П. Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Практическое пособие	2019	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Евдокимов В. А.	Массмедиа в социокультурном пространстве	Учебное пособие	2014	Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
	Иванова Л. В.	Современный медиатекст	Практикум	2015	Репозиторий ТГУ
	Катунин Г. П.	Основы работы с мультимедийной информацией в программах Apple	Монография	2017	Электронно-библиотечная система "IPRbooks"
	Стариков А. Г.	Масс-медиа современной России	Учебное пособие	2013	4
	Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика	Учебное пособие	2013	10
	Хорольский В. В.	Медийность текстов в средствах массовой коммуникации	Монография	2015	Электронно-библиотечная система «Лань»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Cambridge university press [Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge : Cambridge university press, 2018. – Режим доступа: <https://www.cambridge.org/> – англ. с экрана. – Яз. англ.
2. Elibrary [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. NEICON [Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОН, 2002. – Режим доступа: <https://arch.neicon.ru/xmlui/>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
4. Scopus [Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
5. Springer Link [Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland : Springer Nature, 1842. – Режим доступа: <https://link.springer.com/> – Загл. с экрана. – Яз. англ.
6. Web of Science [Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia : Clarivate Analytics, 2016. – Режим доступа : <https://login.webofknowledge.com/error/Error?Src=IP&Alias=WOK5&Error=IPError&Params=%26Error%3DClient.NullSessionID&PathInfo=%2F&RouterURL=https%3A%2F%2Fwww.webofknowledge.com%2F&Domain=.webofknowledge.com.> – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
7. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]: база данных. – Режим доступа: <https://wciom.ru/database/>
8. КиберЛенинка: научная электронная библиотека открытого доступа. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/about>
9. Медиалогия [Электронный ресурс]: автоматическая система мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/>
10. Яндекс.Новости [Электронный ресурс] : служба автоматической обработки и систематизации новостей. – Режим доступа: <https://yandex.ru/news/smi>

Научно-профессиональные издания

1. Акценты : альманах факультета журналистики Воронежского государственного университета. – Режим доступа: <http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>
2. Вестник Воронежского государственного университета Серия: «Филология. Журналистика» [Электронный ресурс] : научный журнал Воронежского государственного университета – Режим доступа: <http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>
3. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : научный журнал. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
4. Вестник электронных и печатных СМИ : профессиональный журнал. – Режим доступа: <http://www.ipk.ru/nauka/vestnik-smi/archive>
5. Журналист: ежемесячный журнал для профессионалов. – Режим доступа: www.journalist-virt.ru/
6. Меди@льманах : некоммерческое академическое издание. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac/>
7. Медиаскоп : электронный продолжающийся научный журнал факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	УЛК-601 Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации	Доска аудиторная (меловая). Доска маркерная. Столы ученические двухместные, стулья ученические, ПК
	Г-401 Компьютерный класс. Помещение для самостоятельной работы. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет