

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра русского языка и межкультурной коммуникации

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СТИЛЬ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Воронеж 2024

УДК 81-2(07)
ББК 81я73

Составитель:
канд. филол. наук Т.А. Воронова

Функциональный стиль массовой коммуникации: методические указания к практическим занятиям для студентов магистратуры направления подготовки 42.04.02. «Журналистика» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: Т.А. Воронова. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2024. - 16 с.

Методические указания разработаны с целью организации практических занятий обучающихся по дисциплине «Функциональный стиль массовой коммуникации». Приводятся кейсовые и тестовые задания, а также прикладные и стандартные задачи.

Предназначены для студентов направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» всех форм обучения.

Подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_Функц_стиль_масс_комм_маг_2024.pdf.

УДК 81-2(07)
ББК 81я73

Рецензент - Н.Б. Бугакова, д-р филол. наук, доц. кафедры русского языка и межкультурной коммуникации ВГТУ

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Воронежского государственного технического университета*

Целями освоения дисциплины «Функциональный стиль массовой коммуникации» является изучение особенностей языка стиля массовой коммуникации, выразительных ресурсов языка, используемых в современном медиатексте, ознакомление учащихся с языком и стилем современных СМИ, рекламы и медиаресурсов; введение терминов и понятий, отражающих соответствующие аспекты данной дисциплины..

Тематика лекционных и практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела
1	Язык СМИ как особое понятие медиалингвистики	Понятие «медиалингвистика», «медиатекст» в отечественной и зарубежной науке. Стиль массовой коммуникации: основные характеристики.
2	Особенности газетного текста	Стилистическое разнообразие лексики печатных изданий. Специфические термины. Особенности синтаксиса и выстраивания текстов различного типа
3	Стилистическое использование различных языковых средств в прессе	Различные типы медиатекстов: новостной, аналитический, публицистический (личностная журналистика), рекламный. Их особенности на лексико-стилистическом и синтаксическом уровне.
4	Язык и стиль изданий различной типологии.	Специфика газетно-журнального текста (в т.ч. интернет-изданий), колумнистики, блогосферы, социальных сетей. Анализ публикаций различного типа на лексико-стилистическом и синтаксическом уровне. Понятие целевой аудитории.
5	Язык и стиль радиовещания и телевидения.	Языковая специфика аудио- и видеожурналистики в сравнении с текстовыми изданиями. Понятие креолизованного текста. Особенности

		современного видеоблоггинга как разновидности интернет-коммуникации.
6	Приемы и методы анализа текстов разных жанров массовой коммуникации.	Сравнительный анализ публицистических работ различного типа. Выявление типологического сходства и жанрового различия применительно к потребностям целевой аудитории.

Образцы тестовых заданий

1. В характере социально-оценочных элементов газетного текста важную роль играет:

- A) образовательный уровень журналиста;
- B) идеологическая позиция, мировоззрение журналиста
- C) возраст журналиста
- D) стаж работы журналиста
- E) характер журналиста

2. Что такое омонимы?

- A) устойчивые сочетания слов
- B) новые слова
- C) слова, одинаковые по написанию, но разные по смыслу
- D) слова, противоположные по смыслу
- E) слова, близкие по смыслу

3. Какой стиль характерен для радио, телевидения, периодической печати?

- A) Научный.
- B) Официально-деловой.
- C) Публицистический.
- D) Художественный.
- E) Разговорный.

4. Языковая норма

- A) придумывается учеными-лингвистами
- B) заимствуется из других языков
- C) вырабатывается языковой практикой
- D) предлагается журналистами
- E) передается в неизменном виде из поколения в поколение

5. Назовите автора учебного пособия «Лексика газеты».

- A) Прохоров Е.П.
- B) Солганик Г.Я.
- C) Винокур Г.О.
- D) Костомаров В.Г.
- E) Калинин А.В.

6. Состояние языка газеты широко обсуждалось в печати

- A) в начале XIX века;
- B) в конце XIX века;
- C) в 20-х годах XX века;
- D) в 60-х годах XX века;
- E) в 90-х годах XX века

7. В официально-деловой речи неприемлемы:

- A) канцеляризмы
- B) отыменные предлоги
- C) отглагольные существительные
- D) просторечия
- E) штампы

8. Г.О.Винокур считает отличительной чертой газетного языка, положительным качеством газетной речи его высокую

- A) стандартизованность, штампованность
- B) экспрессивность, эмоциональность
- C) выразительность
- D) социальную оценочность
- E) образность

9. Язык газеты принадлежит к

- A) официально-деловому стилю
- B) научному стилю
- C) публицистическому стилю
- D) художественному стилю
- E) разговорному стилю

10. К спонтанным жанрам прямого эфира не относятся:

- A) диспут
- B) дебаты
- C) дискуссия
- D) полемика
- E) новости

Задания для решения стандартных задач

1. В основе построения медиа-текста лежит принцип отбора языковых средств в соответствии

- A) с задачами общения;
- B) с национальными особенностями говорящего или пишущего;
- C) с точки зрения идеологии общества;
- D) с интересами заказчика;
- E) со способностями журналиста

2. Для передач современного радио не характерны:

- A) простой, доступный язык
- B) доверительный тон собеседников
- C) живые речевые формы
- D) обилие штампов в речи
- E) элементы разговорного стиля

3. Какая лексика наиболее характерна для газетно-публицистического стиля?

- A) общественно-политическая лексика
- B) научная лексика
- C) диалектная лексика
- D) профессиональная лексика
- E) другая

4. Текст журналиста должен быть оптимальным. Психологи утверждают, что порог внимания радиослушателя может наступить на:

- A) 5-6 слова
- B) 10-11 слова
- C) 14-15 слова
- D) 20-25 слова
- E) 30-40 слова

5. В каком газетном жанре наиболее ярко проявляется авторская индивидуальность?

- A) очерк
- B) заметка
- C) передовая статья
- D) хроника
- E) интервью

6. В характере социально-оценочных элементов газетного текста важную роль играет:

- A) образовательный уровень журналиста;
- B) идеологическая позиция, мировоззрение журналиста
- C) возраст журналиста
- D) стаж работы журналиста
- E) характер журналиста

7. Психологи предлагают радиожурналисту в минуту произносить не более:

- A) 50-60 слов
- B) 80-100 слов
- C) 110-120 слов
- D) 120-130 слов
- E) 130-150 слов

8. Назовите троп, с помощью которого явление, принимаемое за неприличное или неприятное, заменяется синонимичными, но смягчёнными словосочетаниями или словами:

- A) метафора
- B) олицетворение
- C) эвфемизм
- D) сравнение
- E) метонимия

9. Один из главных атрибутов газетно-публицистического стиля – ирония – представляет собой:

- A) употребление слова или выражения в смысле, обратном буквальному, с целью насмешки.
- B) обличающее, бичующее осмеяние
- C) изображение чего-нибудь смешном, комическом виде
- D) комическое или сатирическое подражание кому-либо
- E) смешное, жалкое подобие чего-нибудь

10. На лингвистические характеристики текста не влияют:

- A) неоднородность радиоаудитории
- B) жанр радиоречи
- C) индивидуальность речи журналиста
- D) музыкальное оформление передачи
- E) тема передачи

Примерная тематика рефератов

1. Функциональные стили языка. Взаимодействие и взаимовлияние функциональных стилей.
2. Разговорный стиль в языке современных СМИ.
3. Научный стиль в современной прессе.
4. Официально-деловой стиль в прессе.
5. Основные черты публицистического стиля в разных изданиях РК.
6. Язык и стиль информационных жанров.
7. Язык и стиль аналитических жанров.
8. Лексические средства публицистического стиля. Плеоназмы, паронимы. Архаизмы, историзмы, неологизмы.
9. Речевой стандарт и языковая норма. Канцеляризмы и речевые штампы. Индивидуальные авторские трафареты.
10. Фразеологизмы в публицистическом стиле.
11. Использование языковых средств в очерке и зарисовке.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Предмет и задачи курса «Функциональный стиль массовой коммуникации».
2. Язык СМИ как особое понятие медиа-лингвистики.
3. Понятие об устойчивости, проходимости и непроходимости границ между речевыми стилями, проблемы взаимопроникновения.
4. Общественно-политическая лексика, основная характеристика и особенности. Принцип оценочности в формировании системы газетно-публицистической лексики, группы ОПЛ. Пути развития ОПЛ.
5. Терминологическая лексика в различных изданиях РК. Неологизмы и окказионально используемые слова и их роль в разных изданиях.
6. Стилистическое использование различных языковых средств в прессе. Наиболее распространенные ошибки в языке печати.
7. Язык и стиль официальных изданий РК.
8. Язык и стиль таблоидной прессы.
9. Особенности языка и стиля изданий различной тематики.
10. Язык и стиль радиовещания и телевидения.
11. Разговорный стиль в языке современных СМИ.
12. Научный стиль в современной прессе.
13. Официально-деловой стиль в прессе.
14. Основные черты публицистического стиля в разных изданиях РК.
15. Анализ лексики и приёмов художественного стиля в художественно-публицистических жанрах.
16. Язык и стиль информационных жанров.
17. Язык и стиль аналитических жанров.

18. Речевой стандарт и языковая норма. Канцеляризмы и речевые штампы. Индивидуальные авторские трафареты.
19. Фразеологизмы в публицистическом стиле.
20. Использование языковых средств в очерке и зарисовке.
21. Стилиевые элементы сатирических жанров.

Кейсы

Кейс-метод обучения - это техника, которая использует описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Применение кейс-метода позволяет:

- реализовать проблемное обучение;
- оценить сформированность компетенций;
- развивать междисциплинарные знания и умения;
- развивать метапредметные знания и умения, в том числе коммуникативные навыки и soft skills: умение работать в команде, проявлять гибкость, улаживать конфликтов, умение убеждать и искать компромиссы.

Кейсы помогут студентам понять, как применять методы журналистики данных на практике, развить навыки работы с данными, научиться делать выводы на их основе, освоить новые методы анализа и визуализации данных, а также научиться работать с большими объемами информации.

Кейс 1

Анализ общественно-политической телепередачи

Задание:

Просмотрите выпуск передачи "Бесогон ТВ", посвященный Олимпиаде-2018 (интернет-ссылка: <https://www.youtube.com/watch?v=kwVsDo2Y8RU>). Проанализируйте данный выпуск и определите, к какому типу журналистских текстов можно отнести данную передачу – информационно-аналитическим или публицистическим. С помощью каких средств (включая вербальные – слова, выражения, построение фраз, риторические вопросы и невербальные – звукоряд, видеоряд, интонация, жесты и позы ведущего) осуществляется воздействие на зрителя? На создание какого эмоционального фона нацелен автор и ведущий программы? Ответы необходимо аргументировать.

Кейс 2

Анализ документального фильма

Задание:

Просмотрите документальный фильм «За пределом» о российской олимпийской чемпионке по художественной гимнастике Маргарите Мамун (режиссер – Марта Пруц). Определите, каким образом выражается "авторская" позиция режиссера и его отношение к героине фильма в условиях отсутствия авторского комментария. Что именно для этого задействовано (порядок кадров, музыка, какие-то детали в кадре, которые могут показаться малозначащими на первый взгляд)? Выскажите свое мнение о фильме с точки зрения журналиста.

Кейс 3

Анализ новостного материала в сравнении с публицистическим

Задание:

Проанализируйте два текста на одну и ту же тему, опубликованные на разных ресурсах и относящиеся к разному типу медиатекстов. Определите, к какому из четырех типов относится каждый из двух текстов, и какие языковые и стилистические особенности данного типа присутствуют в этих статьях.

Текст 1: <https://vestivrn.ru/news/2020/03/02/rektora-voronezhskogo-vuza-i-ego-zama-zapodozrili-v-mnogomillionnykh-vzyatkakh-ot/> (портал «Вести Воронеж», автор – Оксана Грибкова).

Текст 2: <https://culturavrn.ru/society/29763> (портал «Культура. Врн», автор – Галина Дистерло).

Кейс 4

Анализ рекламного текста

Задание:

Прочитайте публикацию в сетевом журнале «Новая литература»: <http://newlit.ru/info/51/zhk-avtograf-v-cjentrje-sankt-pjetjeburga-oasis-pokoja-posrjedi-mjegapolisa.html>. К какому типу медиатекстов можно отнести данный текст? Какие черты данного типа можно обнаружить в тексте?

Кейс 5

Анализ публицистического текста

Задание:

Прочитайте фельетон Т.Н. Толстой «На липовой ноге». Проанализируйте, как в данном тексте проявляются черты публицистического стиля. Определите тематику и проблематику текста. Сформулируйте авторскую позицию. С помощью каких языковых средств и приемов выражена точка зрения автора на поднятую проблему? Укажите языковые средства оценки в данном фельетоне.

Научные статьи для конспектирования

1. Плеханова Е.А. Функционально-стилевая дифференциация текстов СМИ. Текст: электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-stilevaya-differentsiatsiya-tekstov-smi>
2. Дроняева Т.С. Информационный подстиль // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М.: Академический Проект; Альма Матер. 2008. С. 496-521.
3. Мальцева Р.И. Массовая коммуникация: революция или инволюция стилистики? Текст: электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-involjutsiya-ili-revoljutsiya-stilistiki>
4. Куёк Ф.А., Хабекирова З.С. Характерные особенности языка массовой коммуникации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2016. Вып. 2 (177). С. 78-82.
5. Моисеева И.Ю., Ремизова В.Ф. Трудности определения понятия «функциональный стиль» // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. Вып. 11 (186). С. 101 -105.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Язык средств массовой информации : Учебное пособие для вузов / Александрова О.В. М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015. 760 с. ISBN 978-5-8291-0991-2. URL: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>

2. Валгина, Нина Сергеевна. Теория текста [Текст]: учебное пособие: допущено Министерством образования Российской Федерации. Изд. стер. М.: Альянс, 2018. 279 с. Библиогр.: с. 277-279 (96 назв.). - ISBN 978-5-00106-069-7: 848-10.

3. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов/ Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с. ISBN 978-5-7567-0542-3

4. Кохтев Н.Н. Реклама: искусство слова : Рекомендации для составителей рекламных текстов. - М. : Изд-во МГУ, 1997. - 93 с. - ISBN 5-211-03658-1 : 7.50.

5. Солганик Г.Я. Стилистика текста [Текст]: учебное пособие. 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2001. 252 с. ISBN 5-89349-008-8. - ISBN 5-7396-0012-x: 44-00.

3. Клушина Н.И. Стилль массовой коммуникации: Учеб. пособие. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. 64 с.

4. Язык средств массовой информации: учебное пособие, электронное издание сетевого распространения / Т.Г. Добросклонская. М.: «КДУ», «Добросвет», 2018. ISBN 978-5-7913-1034-7

URL: <https://bookonline.ru/product/yazyk-sredstv-massovoy-informacii>

ОГЛАВЛЕНИЕ

Тематика лекционных и практических занятий.....	3
Образцы тестовых заданий	4
Задания для решения стандартных задач.....	6
Примерная тематика рефератов.....	8
Вопросы для подготовки к экзамену.....	8
Кейсы.....	9
Научные статьи для конспектирования.....	11
Библиографический список.....	12

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СТИЛЬ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Составитель:

Воронова Татьяна Алексеевна

Издается в авторской редакции

Компьютерный набор Т.А. Вороновой

Подписано к изданию 11.10.2024.

Уч.-изд. л. 1,5.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394006 Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84