

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/414616>

Тип работы: Реферат

Предмет: Теория и методика преподавания иностранных языков

Оглавление

Введение 2

1. Новостные тексты как основной медиатекст 3

2. Информационная аналитика и характеристика типа медитекста 5

3. Тип публицистического медиатекста 7

4. Реклама как медиатекст 8

Заключение 9

Список использованных источников 10

Введение

Современное информационное общество невозможно представить без медиатекстов, которые играют важную роль в передаче и распространении информации. Медиатексты представляют собой различные формы коммуникации, основанные на сочетании текста, звука, изображений и видео. Они являются неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, проникают во все сферы общества - от новостей и информационной аналитики до публицистики и рекламы.

Актуальность изучения типов медиатекстов обусловлена их все большим влиянием на общественное сознание и формированием общественного мнения. Каждый тип медиатекста имеет свои особенности и цели, которые определяют его воздействие на аудиторию. Понимание различий между типами медиатекстов позволяет более осознанно воспринимать и анализировать информацию, а также развивать навыки критического мышления.

Целью данной работы является исследование основных типов медиатекстов: новости, информационная аналитика, публицистика и реклама. Более конкретно, мы стремимся проанализировать их особенности, цели и методы использования, а также их влияние на общественное мнение и поведение аудитории. Для достижения поставленной цели будут использованы различные методы исследования, включая анализ литературы, изучение примеров медиатекстов, а также сравнительный анализ и интерпретация полученных данных.

Изучение типов медиатекстов является важным шагом в понимании современных медиа и их влияния на общество. Результаты данного исследования могут быть полезными для широкого круга людей, включая журналистов, маркетологов, политологов и всех, кто интересуется современными формами коммуникации.

1. Новостные тексты как основной медиатекст

Новостные тексты являются основными текстами массовой информации, и исследователи учитывают несколько важных факторов при их определении. Одной из главных функций массовой коммуникации является информативная функция, и новостные тексты полностью выполняют эту функцию. Они также выполняют одну из главных функций языка - передачу сообщения.

Каждое СМИ имеет определенный формат для новостных текстов, который отличается от формата других типов текстов массовой информации. Формат в данном случае означает устойчивое соотношение формальных признаков текста и его содержания.

Список использованных источников

1. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. — М.: Флинта: Наука, 2008. — 264 с.

2. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М., 1999. – 197 с.

3. Разорёнов, Д. А. Медиалингвистика как наука / Д. А. Разорёнов, Е. А. Илюхина. — Текст :

непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 40 (330). — С. 242-243. — URL: <https://moluch.ru/archive/330/73945/> (дата обращения: 15.01.2024).

4. Сметанина С. И, Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / Сметанина С. И. — Михайлов В. А., 2002. — 382 с.

5. Чичерина Наталья Васильевна Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. №47. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-mediatekstov-kak-osnova-formirovaniya-mediagramotnosti> (дата обращения: 15.01.2024).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/414616>