

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»  
Документ подписан: 22.04.2024 10:20:22  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины  
Медиариторика и спичрайтинг**

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес- коммуникации"

Для набора 2023 года

Квалификация  
магистр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	40	40	40	40
Контактная работа	40	40	40	40
Сам. работа	59	59	59	59
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

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

Зав. кафедрой: д.филол.н., проф. Куликова Э.Г.

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

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	1.1. показать специфику текстов МК (массовой коммуникации), обучить успешным риторическим действиям с ними для достижения результата и познакомить с основами спичрайтинга как искусства составления речей.
1.2	
1.3	1.2 познакомить с основами спичрайтинга как науки: описать основные методы и приемы создания письменных текстов и текстов для устных выступлений высокопоставленных лиц.

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**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**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
специфику СМИ как сферы функционирования текста с учетом широкого контекста ситуации; иметь представление о процессах и явлениях, происходящих в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.1)
<b>Уметь:</b>
- анализировать медиатекст в сфере функционирования массовой коммуникации; - использовать теоретические знания для генерации новых идей, анализировать социально значимые проблемы и процессы; - использовать методы этих наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.2)
<b>Владеть:</b>
- основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его создания; - концептуальными основами междисциплинарной области знания (соотнесено с индикатором ОПК-1.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Раздел 1. Медиариторика как наука, изучающая способы организации речевой информации в СМИ</b>				
1.1	Раздел 1. Медиариторика как наука, изучающая способы организации речевой информации в СМИ /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.2	Риторика XX-XXI вв.как отрасль сущностного знания о «коммуникативной природе культуры в целом», о всеобщих механизмах текстопорождения, смыслообразования и взаимопонимания. Новейшая риторика как совокупность достижений семиотики и лингвистики, герменевтики и эстетики, психологии и теории коммуникации XX столетия /Пр/ /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.3	<p>1.2 Понятие «массовой информации», ее основные характеристики. Значение семиотической концепции Пирса-Морриса для массовой коммуникации. Обозначение как процесс, ориентирующийся на интерпретатора. Иконические, индексальные и символические знаки в средствах массовой информации (телевидение, наружная реклама, Интернет). Динамическая связь между этими типами знаков. Качества массовой информации: достоверность, объективность, актуальность, оперативность, последовательность и т.д. Специфика массово-информационной деятельности: сбор, обработка, компоновка, передача, восприятие, трансформация, хранение и использование информации. Понятие текста и его взаимодействие с аудиторией. Принятая и реальная информация. Проблема информационной насыщенности текста и его информативности.</p> <p>/Ср/ /Ср/</p>	3	15	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	<p>Коммуникативные стратегии, их разновидности и классификация. Коммуникативные стратегии в сфере медиадискурса. Современные коммуникативные стратегии как текстопорождающие и смыслообразующие конфигурации субъекта, объекта и адресата в рамках медиадискурса. Понятие о "коммуникативном событии".</p> <p>/Ср/ /Лек/</p>	3	4	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.5	<p>Способы и пути конструирования собственной картины мира (медиакартин мира). Научный анализ медиакартин мира. Рассмотрение медиакартин мира как синкретичного единства плана выражения (языковых репрезентантов) и плана содержания (системы культурно обусловленных концептуально-аксиологических референтов). Соотнесение языковых стратегий репрезентации картины мира с культурно-прагматическим контекстом познания действительности.</p> <p>/Лек/</p>	3	6	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.6	<p>Медиариторический этос. Медиариторический пафос. Медиариторический логос. Риторическая модальность медиатекста. /Пр/ /Пр/</p>	3	4	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.7	<p>Образ автора (оратора, ратора) как риторическая проблема. Типология риторической позиции адресанта (медиариторического этоса) в современной медиадискурсивной деятельности /Пр/ /Пр/</p>	3	4	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.8	<p>Образ автора (оратора, ратора) как риторическая проблема. Типология риторической позиции адресанта (медиариторического этоса) в современной медиадискурсивной деятельности /Пр/ /Пр/</p>	3	6	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.9	<p>Зарубежный опыт и современные российские модели организации эффективного спичрайтерства: уроки, итоги и перспективы развития сферы профессиональной деятельности /Ср/ /Ср/</p>	3	15	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

	<b>Раздел 2. Раздел 2. Спичрайтинг. Основы спичрайтинга</b>				
2.1	Спичрайтинг и его востребованность в политике и бизнесе. Организационно-управленческие аспекты и функциональные особенности работы спичрайтера. Формы, методы и технологии современного спичрайтинга. /Пр/ /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.2	Виды публичной речи Моделирование, конструирование и составление речевых текстов и деловых документов (типология, жанры, методики, инструментарий). /Ср/ /Ср/	3	10	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.3	Соотношение понятий «медиакультура» и «аудиовизуальная культура»: различные взгляды на данную проблему. /Ср/ /Ср/	3	10	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.4	Спичрайтинг и его востребованность в политике и бизнесе. Организационно-управленческие аспекты и функциональные особенности работы спичрайтера. Формы, методы и технологии современного спичрайтинга. /Лек/	3	4	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.5	Виды публичной речи Моделирование, конструирование и составление речевых текстов и деловых документов (типология, жанры, методики, инструментарий). /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.6	Спичрайтинг в функциональной системе профессиональных задач специалиста в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций. Принципы и методы взаимодействия с общественностью посредством спичрайтинга. /Пр/	3	4	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.7	Языковое манипулирование – скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи. Языковые механизмы и средства, с помощью которых осуществляется языковая манипуляция: виды, типология, сфера применения, способы обнаружения и противодействия. /Ср/	3	9	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
	<b>Раздел 3. 2.8 /Экзамен/</b>				
3.1	/Экзамен/ /Экзамен/	3	9	ОПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

#### 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
Л1.1	Лэйхифф Д. М., Пенроуз Д. М.	Бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2001	98

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П.	История отечественной журналистики XX века: учебник	Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2008	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240903">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240903</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Кузнецова, Е. В.	Деловые коммуникации: учебно-методическое пособие	Саратов: Вузовское образование, 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61079.html">http://www.iprbookshop.ru/61079.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Захарова, И. В.	Деловые коммуникации: практикум	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/86469.html">http://www.iprbookshop.ru/86469.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Чернышова Л. И., Тюриков А. Г.	Деловые коммуникации: учеб.	М.: КНОРУС, 2019	15
Л1.6		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика: журнал	Москва: Московский Государственный Университет, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=600836">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=600836</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Коноваленко М. Ю.	Моделирование деловой карьеры	М.: Дашков и К, 2010	5
Л2.2	Спивак В. А.	Современные бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2002	5
Л2.3	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Немец, Г. Н.	Бизнес-коммуникации. Практикум. Тесты: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008	<a href="http://www.iprbookshop.ru/9774.html">http://www.iprbookshop.ru/9774.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Царегородцев Ю. Н.	Методы разработки управленческих решений. Речевые коммуникации в управлении. Деловые коммуникации. Выпуск 8: Глоссарий	Москва: Московский гуманитарный университет, 2014	<a href="http://www.iprbookshop.ru/39688.html">http://www.iprbookshop.ru/39688.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Качкаева А. Г., Шомова С. А., Мирошниченко А. А., Лапина-Кратасюк Е. Г.	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ГРАМОТА.РУ Справочно-информационный портал <http://gramota.ru/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru/>

Информационно-справочная система "Консультант+"

Информационно-справочная система "Гарант" - <https://www.garant.ru/>

База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <https://yandex.ru/news/smi>

Ведомости – <https://www.vedomosti.ru/>

Взгляд – <https://vz.ru/>

ВЦИОМ – <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
Газета – <a href="https://gzt.ru/">https://gzt.ru/</a>
Город N – <a href="https://gorodn.ru/">https://gorodn.ru/</a>
Государственная система правовой информации – <a href="http://www.pravo.fso.gov.ru/">http://www.pravo.fso.gov.ru/</a>
Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>
Журналист – <a href="https://jrnlst.ru/">https://jrnlst.ru/</a>
Интерфакс – <a href="https://www.interfax.ru/">https://www.interfax.ru/</a>
Исследовательская компания Mediascope – <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
Комитет защиты журналистов – <a href="https://cpj.org/ru/">https://cpj.org/ru/</a>
Коммерсант – <a href="https://www.kommersant.ru/">https://www.kommersant.ru/</a>

#### **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*
<p>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</p>			
<p><i>специфику СМИ как сферы функционирования текста с учетом широкого контекста ситуации; иметь представление о процессах и явлениях, происходящих в профессиональной деятельности</i></p>	<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>- анализировать медиатекст в сфере функционирования массовой коммуникации; - использовать теоретические знания для генерации новых идей, анализировать социально значимые проблемы и процессы; - использовать методы этих наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности</p>	<p>обучающийся готовит ответы на вопросы коллоквиума, сообщения, доклады, готовит ответы на творческие задания; уместно использует языковые, невербальные, технические средства, отвечающие коммуникативным задачам</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 языковых и невербальных средств;</p> <p>количество правильных ответов обучающегося при итоговом тестировании – не менее 50% от общего числа вопросов;</p>	<p>Э (1-43) Т (1-10) К (1-14) ТЗ (1-4)</p>



<p>- основными единицами, категориями медиатекста и механизмами его создания;</p> <p>- концептуальными основами междисциплинарной области знания</p>	<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 полемики</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 "неориторки".
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; в) четыре; г) пять; д) 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 оценки:**

- 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 (6-5)  
19–17 балл: количество правильных ответов соответствует оценке (7-8)  
30–20 баллов: количество правильных ответов соответствует оценке (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 оценки:**

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 приспособляются 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-cto-ya-ne-prosto-turist-kotoryy-obaldel-ot-nyu-yorka-na-pilsya-i-lezet-na-stsenu>]

**Ключ:** Необходимо избавиться от вопросно-ответных конструкций, парцелированных 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 оценки:

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 медиакommunikации (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;
- подготовить ответы на все вопросы к коллоквиуму, в том числе, используя ПО LibreOffice;
- изучить основную и дополнительную литературу для подготовки к коллоквиуму;
- 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 методом устного опроса или 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.