

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский национальный исследовательский
государственный университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)

Гуманитарный институт

СОГЛАСОВАНО

Директор ГИ



Зуев А.С.

«29» сентября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РИТОРИКА

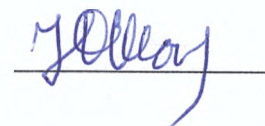
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика (бакалавриат)

Направленность (профиль): Журналистика

Форма обучения: очная

Разработчик:

д-р филол. наук, профессор Шатин Ю.В.



И.о. зав. каф. теории и истории журналистики
д-р. филол. наук, профессор Журавель О.Д.



Новосибирск

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Реализует устную и письменную коммуникацию с учетом контекста взаимодействия УК-4.2. Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке с учетом существующих коммуникативных и этических норм	<i>Знает:</i> – основные теоретические категории классической и новой живой риторики; – основные этапы эволюции риторики от Платона и Аристотеля до наших дней; – основные работы по риторике и ораторскому искусству. <i>Умеет:</i> – оценивать качество журналистских материалов с точки зрения риторики; – демонстрировать знания современной риторической теории в динамике ее развития. <i>Владеет:</i> – методами и приемами риторического анализа; коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими нормами, принятыми в разных сферах устной и письменной коммуникации, <i>умеет</i> адекватно использовать их в процессе производства медиапродукта; – навыками анализа, комментирования, реферирования и обобщения результатов теоретических работ по риторике с учетом отечественного и зарубежного опыта. <i>Обладает:</i> – способностью создавать, редактировать и реферировать различные типы текстов официально-делового и публицистического стиля; – способностью трансформировать различные типы текста (с изменением жанра, стиля или целевого воздействия на разные типы аудитории); – умением планировать и осуществлять публичные выступления с применением навыков ораторского искусства, приобретенных в процессе

		теоретического и практического изучения риторики.
--	--	---

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), изучение которых необходимо для освоения дисциплины «Риторика»: Современный русский язык, Стилистика русского языка
 Дисциплины (практики), для изучения которых необходимо освоение дисциплины «Риторика»: Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

3. Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Трудоемкость дисциплины – 4 з.е. (144 ч)

Форма промежуточной аттестации: 8 семестр – зачет

№	Вид деятельности	Семестр
		8
1	Лекции, ч	26
2	Практические занятия, ч	26
3	Занятия в контактной форме, ч, из них	54
4	аудиторных занятий, ч	52
5	в электронной форме, ч	–
6	консультаций, ч	–
7	промежуточная аттестация, ч	2
8	Самостоятельная работа, ч	90
9	Всего, ч	144

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

8 семестр

Лекции (26 ч)

Наименование темы и их содержание	Объем, час
<p>1. Возникновение и развитие риторики. Психологические основания современной риторики</p> <p>Роль Сократа в становлении греческой риторики. Платон. Академия. Учение Платона об идеях. Понятие истины (alethea) как содержательная основа риторики. Риторика и диалектика. Протагор и софисты. Риторика как агонистика. Отрицание диалектики софистами. Борьба с идеями Академии.</p> <p>Риторика как красноречие и риторика как теория аргументации. Логография Исократ и логика Аристотеля. Риторика Аристотеля. Место риторики Аристотеля в ряду других наук.</p> <p>Развитие риторики в Древнем Риме. Атическая и Азианистская риторика. Цицерон и Дионисий Галикарнасский. «Умиротворение» риторики Октавианом Августом. Канонизация классической риторики.</p>	3

<p>Труды Квинтилиана об ораторском искусстве. Пять элементов риторического акта. Хрия как сложный вид риторической диспозиции.</p> <p>Кризис классической риторики в эпоху Просвещения. Критика риторики Ж.-Ж. Руссо и И. Кантом. «Блеск и нищета риторики» (Ц. Тодоров) в XIX веке. Возрождение агонистики в американской культуре XIX века. Проникновение идей агонистики в Европу в 1940-50-х гг. Синтез классической риторики и агонистики. Возникновение неориторики. Брюссельская школа Х.Перельмана. Льежская школа Ж. Дюбуа. Неориторические идеи во Франции, Англии и Германии. Понятие персуазивности.</p> <p>Развитие неориторики в России (1990–2000 гг.). Неориторика в системе коммуникативных технологий.</p> <p>Учение о бессознательном как основание современной риторики. Проявление бессознательного в речи у З. Фрейда. Эдипов комплекс. Полемика К.-Г. Юнга с теорией бессознательного Фрейда. Коллективное и персональное бессознательное Юнга. Архетип и комплекс. Символическое представление бессознательного. Типы бессознательного. Экстраверты и интроверты. Теория автономного комплекса Юнга.</p> <p>Теория Ж. Лакана. Бессознательное Фрейда через теорию Ф. де Соссюра. «Функция и поле речи и языка в психоанализе» (1953). Речь как механизм цензуры бессознательного. Дискурс риторики: между правдой и ложью. Паррезия и искажение истины. Топосы бессознательного в поведении субъекта и способы их обнаружения у Лакана. Формирование механизма манипулятивных технологий.</p> <p>Технология принудительного выбора: одно и то же означаемое подается в виде нескольких означающих, иллюзия свободного выбора. Нулевое означаемое в агональных текстах.</p> <p>Технология квази-мотивов. Введение в сознание субъекта мотивов, не связанных с реальными потребностями. Функционирование квази-мотива как мотива реального. 4 типа формирования квази-мотивов: репаративный, коммуникативный, идульгентный, океанический (модель Ларсена).</p> <p>Технология «принципа доминанты» А.А.Ухтомского. Расшифровывая сообщение, субъект склонен интерпретировать его в наиболее выгодном для себя смысле. Рассказывая об успехах других людей, агональный коммуникант исходит из предпосылки, что большинство субъектов будут распространять это сообщение на себя. Феномен Лени Голубкова. Технология позиционирования. Встраиваясь в сознание другого субъекта, агональный коммуникант сталкивается с уже имеющейся системой стереотипов. Важно не разрушить чужой стереотип, а встроиться в него с целью переключить его потенциал на вновь вводимый стереотип. Технология латерального программирования. Скрывая основную цель агональной коммуникации, медиатор сосредотачивает внимание субъекта на второстепенных деталях, камуфлируя основной смысл.</p>	
<p>2. Логические основания современной риторики</p> <p>Логика и риторика в плане основных единиц. Силлогизм и энтимема. Правильные и ложные силлогизмы. Энтимема как сокращенный силлогизм. Трансформация дедуктивного заключения в индуктивное. Проблематическая, аподиктическая и ассерторическая модальности и их использование при создании энтимем.</p>	3

<p>Энтимема и ее виды: доксы и парадоксы. Риторика как доксологическое и как парадоксологическое мышление. «Война языков». Энкратический и акратический языки в концепции Р. Барта. Разделение языков и их война в современном медиа пространстве. Специфика проявления энкратического и акратического языков в различных типах медиапространства: печатная продукция, радио, телевидение, интернет.</p> <p>Два типа аргументации. Обнаружение аргумента и изобретение аргумента. Топика Аристотеля как способ обнаружить место аргумента. Редукция топосов Аристотеля у Квинтилиана. Четыре основных типа топоса. Строение аргументации: тезис и гипотезис. Шесть типов гипотезисов: действующие лицо, действие, время, место, причины, начальные условия.</p> <p>Изобретение аргумента; использование трех типов аргументов: аргументы со скрытым условием, аргументы с дополнительным условием, аргументы со сменой наименования.</p> <p>Пять приемов «уловок» в софистической аргументации: <i>posthoc ergo propterhoc</i>; квезгиция; <i>petitorincipi</i>; амбегю (эквилокация и амфиболия); игнорация.</p> <p>Три способа представления аргументации: поиск единственного аргумента; поиск оптимального аргумента; поиск исчерпывающего деления аргументов.</p>	
<p>3. Место современной риторики в ряду лингвистических дисциплин</p> <p>Риторика как языковая компетенция и как коммуникативная стратегия. Четыре уровня языковой компетенции личности: лингвистическая, стилистическая, риторическая, поэтическая. Отличие риторики от стилистики. Два специфических способа создания языковой креативности: риторика и поэтика.</p> <p>Риторика как коммуникативная стратегия. Теория коммуникативного события. Различение коммуникации события и коммуникативного события. Коммуникативное событие как особый способ организации языка с целью придания обычным фактам статуса события. Т. ван Дейк о коммуникативном событии. Работа Н. Феаклоу «Медиа – дискурс» и ее роль в становлении теории коммуникации. Подмена коммуникативного события событием коммуникации как скрытый агональный прием.</p> <p>Приемы коммуникативного воздействия с использованием средств языка в современной риторике. Прием скрытого перформатива. Теория перформатива в работе Д. Остина «Как делать вещи посредством слов». Эквивалентность, эквитемпоральность и компетентность как признаки перформатива. Открытый и скрытый перформатив. Использование скрытого перформатива в манипулятивной риторике. Сублимальный (подпороговый) смысл скрытого перформатива.</p> <p>Прием игры на несовпадении суггестии и рационализации. Асимметрия полушарий головного мозга как основание разграничивать суггестию и рационализацию. Ю. Н. Тынянов о лингвистических механизмах убеждающего и разубеждающего слова. Ирония как принцип разубеждающего дискурса.</p> <p>Прием повышенной коннотации высказывания. Денотат и коннотат. Традиционные языковые средства коннотации высказывания. Фигуры нериторики, усиливающие эффективность сообщения (по Т. ван Дейку): обобщение, приведение примера, усиление, уступка, контраст, сдвиг.</p>	2

<p>Агональная коммуникация как работа на границах различных функций языка, не только транслирующих информацию, но и обуславливающих эффекты перцепции и интеракции.</p>	
<p>4. Паралингвистические средства риторического воздействия</p> <p>Соотношение лингвистики и паралингвистики в риторике. Вербальный и телесный язык. Необходимость телесного языка. Типология знаков (по Ч. Пирсу) как основа выделения средств телесного языка. Индексальные и иконические знаки, их роль в формировании и использовании телесного языка.</p> <p>Интонация и молчание – реализация индексальной системы телесного языка. Коннотативность и ее возможности передавать информацию. Биты и мемы как единицы словесного и телесного языков. Повышенная коннотативность интонационного кода в русском языке. Различная роль интонации в риторике и актерском искусстве.</p> <p>Молчание как коммуникативный приём. Типология молчания (классификация Э. Эстерберг). Коммуникативная и эстетическая функции молчания. Парадигматика и синтагматика типов молчания. Риторические резервы молчания.</p> <p>Жест, мимика, визуальный контакт и проксемика: их семиотическое различие. Аффективный жест как средство риторического воздействия. Связь языка жестов с характером вербального языка. Жест как носитель информации. Специфика жестов в ораторском и актерском искусстве.</p> <p>Мимика, ее персонализированный характер. Мимика и маска: их противоположный смысл. Передача информации с помощью мимики. Визуальный контакт и его риторическое значение. Связь визуального контакта с типом культуры.</p> <p>Проксемика и ее роль в воздействующей коммуникации. Типология проксемических отношений (по А. Пизу). Возрастание риторического значения проксемики при переходе от интимной зоны к зоне общественной. Критика традиционной проксемической теории в трудах У. Эко. Роль проксемики в коммуникации представителей различных типов культуры. Изменения проксемических отношений как слом культуры в России после Октябрьского переворота.</p>	2
<p>5. Роль аудитории в риторическом процессе</p> <p>Резервы риторического воздействия на аудиторию: жажда новой информации, апперцепция, самоактуализация через речь другого. Создание положительного прагматического фона в процессе риторической коммуникации, изменение мотивов воздействия оратора на аудиторию в неориторической теории. Трансформация коммуникации события в коммуникативное событие. Способы организации коммуникативного события для разных типов аудитории.</p> <p>Проблема риторического тезауруса в работе Д. Маколли. Риторический тезаурус как средство управления аудиторией в различных видах прикладной риторики: реклама, психологическое оперирование, электоральный процесс и т.д. Риторический тезаурус и медиа – пространство. Учет тезауруса в процессе производства медиа – текстов. Возрастные, гендерные и социальные особенности групп воздействия как основные признаки, дифференцирующие типы риторических тезаурусов. Индивидуальный риторический тезаурус и его использование в воздействующей коммуникации.</p>	2

<p>Принцип самоактуализации в пирамиде потребностей А. Маслоу. Роль слова в самоактуализации реципиента. Слово как генератор смысла экзистенции человеческой личности.</p> <p>Технологические проблемы восприятия «чужого» слова в процессе риторической коммуникации. Слышание и слушание. Механизмы взаимоперевода языка оратора на язык аудитории. Способы измерения риторического воздействия для различных типов медиасообщений.</p>	
<p>6. Риторика монологических дискурсов. Типы монологических дискурсов</p> <p>Риторический дискурс как текст и как коммуникативное событие. Принципы и основания классификации риторических дискурсов. Классификация Аристотеля по предмету речи. Различные отношения времени события ко времени говорения в системе Аристотеля. Отказ от классификации Аристотеля у теоретиков Древнего Рима. Классификация Квинтилиана по способу речи, связанному с употреблением тех или иных риторических фигур. Достоинства и недостатки классификации Квинтилиана. Классификация Д. Кинневи по цели речи.</p> <p>Три вида монологических дискурсов. Связь монологических дискурсов с тремя парадигмами мышления И. Канта. Информативный дискурс. Знание как проблема философии и риторики. Объективный характер знания. Общезначимость и системность знания, его отражение в информативном дискурсе. Метаязыковая природа информативного дискурса.</p> <p>Эмотивный дискурс и его специфика. Субъективная природа и экзистенциальный характер данного дискурса. Суггестивный язык эмотивного дискурса. Связь эмотивного дискурса с мифологическим мышлением. Современная мифология как материал для формирования и развития эмотивных дискурсов. Соотношение информативного и эмотивного дискурсов в современном медиа – пространстве.</p> <p>Фигуративный дискурс и его особенности. Интерсубъективность фигуративного дискурса. Принцип «коммуникации некоммуницируемого» (М. К. Мамардашвили) в данном типе дискурса. Креативность языка фигуративного дискурса, его риторическая эксклюзивность. Соотношение стихотворной и прозаической речи в фигуративном дискурсе. Риторические пределы фигуративного дискурса, риторика и поэтика.</p>	2
<p>7. Риторика диалогических дискурсов. Типы диалогических дискурсов</p> <p>Диалог как предмет риторики и технологии коммуникации. Отличие диалога в грамматике и риторике. Принцип контраверсии в диалогической риторике. Три типа диалогических дискурсов. Диалектический тип дискурса. Принцип риторического согласия. Учение Сократа о майевтике и ее использование в диалектическом дискурсе. Область применения диалектического дискурса.</p> <p>Эристический дискурс. Победа над соперником как основная цель эристики. Убеждение, а не доказательство – главное орудие эристического дискурса. Приемы эристического дискурса: <i>reductio ad absurdum</i>, <i>ad hoc ad hominem</i>, возвратный удар, подхватывающая реплика.</p> <p>Софистический дискурс. Сознательное введение оппонента в заблуждение как цель софистического спора. Логико-языковые приемы софистического дискурса (по Кинневи): <i>The card stacking Device</i>, <i>the name calling Device</i>, <i>the glittering generality Device</i>, <i>the transfer Device</i>, <i>the</i></p>	2

<p>testimonial Device, the killing with kindness Device. Психологические приемы софистического спора: огульный вопрос, высокомерный ответ, отвлекающий маневр, игра на чувстве ложного стыда, психологическое давление, ложное притворство. Область применения софистического дискурса в современной коммуникативной практике. Роль журналистики в раскрытии приемов софистического дискурса и механизмов его использования.</p>	
<p>8. Риторическое обеспечение рекламы</p> <p>Реклама как информативный и как эмотивный типы дискурса. Связь рекламы с современным товарным мифом. Товарный миф и роль социолекта в его функционировании. Габитус П. Бурдьё и специфика социолектов различных групп. Использование языковых различий в производстве и трансляции товарных мифов. Роль различных карт мира в восприятии рекламных сообщений.</p> <p>Магия рекламного мифа как превращение акта потребления в культуру. Реклама как особый вид символических сообщений. Трансляция не потребительских, но имиджевых свойств товара. Бренд. Создание бренда, его узнаваемость, транслируемость бренда. Бренд как потребление.</p> <p>Принцип социального доказательства Р. Чалдини и его роль в рекламе. Связь рекламы и психодраматического действия. Реклама — вклад в торговую марку. Общее и различное в способах риторической коммуникации бренд-менеджера и политика.</p> <p>Переход от брендинга к позиционингу как изменение риторической стратегии рекламы. Россер Ривз о трех принципах позиционирования: идея выгоды приобретения товара; идея отстройки от конкурентов; идея постоянного расширения сегмента потребителей товара. Д. Траут и пять риторических процедур позиционирования: идентификация, персонификация, создание и наименование типового продукта, смена наименований, репозиционирование категории. Четыре этапа пошаговой модели дифференцирования товаров: а) определение смысла в контексте; б) поиски дифференцирующей идеи; в) нахождение свидетельств; г) коммуникации относительно отличий.</p> <p>Семиотика рекламы. Синтаксическая формула рекламного сообщения AIDA (attention – interest – desire – action). Возможные затруднения при переходе от предыдущего элемента к последующему и способы его преодоления. Семантика рекламы: вещественная и магическая функции в рекламном сообщении. Роль языковых и паралингвистических знаков в усилении магической функции рекламного дискурса. Прагматика рекламного сообщения: соединение идей свободы и счастья в акте приобретения товара. «Реклама объединяет в брачный союз такие вещи, которые при других обстоятельствах просто не сошлись бы друг с другом» (У. Черчилль).</p> <p>Основные психологические приемы, используемые в риторике рекламного сообщения: латеральное программирование, внушение, создание позитивного прагматического фона, изменение точки зрения клиента, использование сверкающих обобщений.</p> <p>Построение рекламного сообщения. Соотношение этоса, логоса и пафоса в рекламе. Принцип рамки рекламного сообщения. Три типа рекламных сюжетов: «сладкие», шоковые и парадоксальные. Смена типов как показатель развития рекламного дискурса.</p>	2

<p>Стилистика рекламы. Метафора и метонимия – основные фигуры рекламного текста. Р. Барт о принципах различения метафорики и метонимии рекламы. Фигура символа и ее место в рекламных сообщениях. Гипербола, литота, контраст, перефраз и каламбур в рекламе. Допустимость эвфемизмов в рекламе.</p> <p>Специфика различных видов рекламы. Использование принципов нейролингвистического программирования в разных видах рекламы. Преимущества и недостатки отдельно взятого вида рекламы.</p> <p>Специфика печатной рекламы. Связь длины рекламного текста с товарными свойствами продукта и аудитории, для которой предназначен товар. Построение печатного текста: роль заголовка. Распределение словесного материала между абзацами, значение настоящего времени.</p> <p>Особенности телевизионной рекламы: краткость, наглядность, изобразительность. Роль заголовка, энергичность действия. Сочетание развлечения и убеждения. Наибольшая нагрузка на видеоряд. Сращение персонажа с рекламируемым товаром (по Д. Огилви). Основные психологические, риторические и стилевые ошибки современной российской телерекламы, способы их коррекции.</p> <p>Специфика радиорекламы. Звучащее слово – строительный материал радиорекламы. Принципы минимакса рекламного радиосообщения. Жанры радиорекламы. Фабульные схемы, организующие сообщение в радиорекламе. Эффект присоединения слушателя и способы его достижения.</p> <p>Риторические особенности рекламы по почте (directmail). Отличие рекламы по почте от спама. Персонализация сообщений в данном виде: точный учет адресата и непосредственно личное обращение. Проблема коммуникативного голода и ее решение с помощью рекламы по почте.</p> <p>Щитовая реклама. Соотношение слова и изображения в щитовой рекламе. Слово как смысловая доминанта, подчиняющая изображение. Афористичность стиля в щитовой рекламе.</p> <p>Интернет-реклама. Динамичность вида, безграничная возможность инноваций, интерактивность коммуникации. Интернет-реклама в настоящем и будущем.</p>	
<p>9. Риторическое обеспечение переговоров. Значение работ Льежской школы в области неориторики</p> <p>Тоталитарная и толерантная модели общественного устройства. Устранение различий и управление различиями как основные механизмы социальной регуляции. Переговоры – основной способ управления различиями. Гарвардский проект: теория принципиальных переговоров У. Юри. Три уровня переговоров: договоренности в повседневной жизни, переговоры, предполагающие заключение соглашения, профессиональная деятельность переговорщика.</p> <p>Психологические основы переговоров. Учет языковой картины мира оппонента, различия языков, различия социолектов, различия идеолектов. Принцип присоединения к позиции партнера. Механизмы защиты от скрытой речевой агрессии. Молчание как психологический прием в переговорном процессе. Деликатный нажим.</p> <p>Логические основания переговоров. Разграничение цели и причины. Принцип «ограниченной рациональности». Зависимость принципа «ограниченной рациональности» от этнокультурных особенностей. Этнометрическая шкала Гоффстеде. Принцип усиленного аргумента. Оптимизация техники вопросов.</p>	2

<p>Проблема понимания в переговорном процессе. Феноменологический аспект переговоров. Интенсификация понимания на переговорах с помощью средств неориторики. Типы активного слушания.</p> <p>Современный переговорный процесс. Основные отличия переговорной и повседневной коммуникации. Специфика риторических дискурсов на разных стадиях переговоров. Особенности каждой стадии (модель Ч. Карраса). Роль «фейерверка ораторского искусства», использование приемов диалогических дискурсов в фазе «тяжелой торговли». Соотношение устной и письменной коммуникации в постпереговорный период.</p> <p>Время и пространство в риторике переговоров. Принцип «растаявшего мороженого». Хронотоп и тайминг в переговорах. Фактор времени как гандикап одной из сторон. Официальное и фамильное пространство переговоров.</p> <p>Образ переговорщика. Переговорщик как риторически креативная фигура. Особенности речевого поведения переговорщика. Различие имиджа и роли в фигуре переговорщика. Переговоры как психодрама. Сендеры и их деятельность в переговорном процессе. Вертикальные и горизонтальные переговоры. Кокус. Разграничение понятий «победа» и «выигрыш». Механизм риторических уступок в переговорах.</p> <p>Виды некоммерческих переговоров. Особенности риторики политических переговоров. Основные риторические отличия в текстах коммерческих и политических соглашений. Роль взаимоприемлемого режима интерпретаций соглашений. Создание символического мира при ведении политических переговоров. Пять правил построения символического мира: скрытый характер, семиотический характер, мифологический характер, создание новых стереотипов, многомерность воздействия «вертикального» и «горизонтального» типов. Возрастание роли кокуса. Условия успеха в политических переговорах.</p> <p>Риторика переговоров при приеме на работу и увольнении. Принцип риторической контекстуальности при приеме работника. Диалог менеджера с целью побуждения партнера к развернутому монологу. Конструирование вопросов для расширения диалектического диалога. Роль менеджера – терминатора в процессе увольнения сотрудника. Риторика жанра прощальной беседы. Роль эмотивного дискурса в жанре прощальной беседы. Доводы adhoc.</p> <p>Особенности риторики переговоров с террористами. Три специфические черты данного типа переговоров: действие прессинга времени, перманентное увеличение степени риска, неоднозначная интерпретация ситуации переговорщиками, террористами и средствами массовой информации. Манипулятивные приемы символическим миром террориста со стороны переговорщика. Спорность тезиса У. Юри о возможной успешности принципиальных переговоров при захвате заложников.</p>	
<p>10. Риторика спич-райтинга. Журналист и спич-райтер</p> <p>Общее и различное в деятельности журналиста и спич-райтера с точки зрения риторики. Соединение кодов устной и письменной речи в работе спич-райтера.</p> <p>Семь этапов создания заказной речи: уяснение общей задачи, выделение ключевых идей и слов, заготовка элементов текста, создание</p>	2

<p>текста, редактирование текста, корректировка текста заказчиком, работа с заказчиком по произнесению текста.</p> <p>Практика предварительного прослушивания публичной речи с учетом внимания слушателей к каждому абзацу для дальнейшей переработки. Использование лексики, фразеологии и синтаксиса писем и обращений граждан для повышения риторического рейтинга доверия.</p> <p>Десять шагов к написанию хорошей речи (модель М. Аронсон и Д. Спинтера). Учет языка потенциальной аудитории с целью создания оптимальной коммуникативной среды.</p> <p>Технические особенности создания речи: замена цифр числительными, подчеркивание слова, на которое падает логическое ударение, обязательность полей для вставок и редактур, исключение большого количества местоимений, причастных и деепричастных конструкций.</p>	
<p>11. Спин-доктор и журналист в процессе коммуникативного взаимодействия</p> <p>Спин-доктор как специалист по лечению события. Клака французской оперы как предшественница спина. Причины возникновения и функционирования спина в современном коммуникативном и риторическом контексте.</p> <p>Три сферы действия спин-доктора: лечение произошедшего события, организация позитивного коммуникативного события и борьба со слухами. Лечение произошедшего события («коррекция траектории падающего бутерброда»). Технология лечения на примере дела Моника Левински. Пять шагов «лечения события» (модель Д. Уотса): до-спин, контроль кризиса, торнадо-спин, пост-спин. Взаимодействие спин-доктора и журналиста на разных этапах.</p> <p>Организация позитивного коммуникативного события («потемкинская деревня»). Элементы организации события: отбор, комбинация, грация, сценарий события, освещение события в медийном пространстве, ритуализация события. Различительные признаки деятельности спин-доктора и журналиста: цель сообщения, адресат сообщения, точка вхождения в коммуникативный процесс, цель коммуникации, инструмент воздействия. Факторы успеха спин-доктора: личный авторитет, личные контакты с журналистами, знание информационной структуры.</p> <p>Схема развития темы в медиапространстве Н. Арнольда и участие в ее развертывании спин-доктора: отрывочное сообщение о событии, появление полноценной новости, первичные комментарии, мнения авторитетных специалистов, аналитическое превращение новостного события в конфликт, разрастание и углубление конфликта, поиски оптимального решения, озвучивание решения арбитром, выработка стереотипа. Учет основных и второстепенных признаков события (модель Джемиссона – Кемпбелла).</p> <p>Борьба спин-доктора со слухами. Четыре фактора эффективности слухов: активность слуха, неопределенность текущей ситуации, вероятность предсказываемых событий. Три параметра для измерения негативных последствий слухов: внешние последствия, связанные с ущербом для имиджа корпорации, внутренние показатели работы, нарастание внутрикорпоративных конфликтов.</p> <p>Задачи спин-доктора: готовность к частому столкновению с вредными слухами, учет негативных последствий слухов, наличие</p>	2

<p>предварительного плана для предотвращения слухов и борьбы с ними, усиление механизмов коммуникации с привлечением журналистов. Набор инструментов по борьбе со слухами.</p>	
<p>12. Риторическое обеспечение психологического оперирования. Риторика информационных и психологических войн</p> <p>Психологический оператор – специалист по ведению психологических и информационных войн. Общее в психологических и информационных войнах – изменение сознания противника с целью нейтрализации враждебных действий с его стороны. Два отличия психологических и информационных войн: различие закрытого и открытого дисциплинарного пространства, различие глобальности и локальности целей в двух случаях.</p> <p>Психологические войны. Теория дисциплинарного пространства М Фуко; четыре вида дисциплинарного пространства: казарма, тюрьма, закрытая школа, спецбольница. Возможность тотального контроля за сознанием личности в дисциплинарном пространстве. Десять этапов техники изменения личности: снятие идентичности, установление вины, самооправдание, тотальный конфликт и базовый страх, мягкость и возможность изменений, подталкивание к признанию, канализация вины, логическое развенчание, прогресс и гармония, окончательное закрепление свойств личности «нового человека».</p> <p>Информационные войны. Медиапространство – территория информационных войн. Требования к построению пропагандистских сообщений (по Р. Маклорину): различения аргументации и убеждения, ясность сообщений для аудитории, усиление смысла события яркими нарративами, решение проблем потенциальной аудитории, апелляция к символам идентичности реципиентов, возбуждение страха с последующим предложением альтернативы. Главные функции пропагандистских сообщений, предназначенных для зарубежной аудитории: латеральная, семиотическая, мифологическая, риторическая, интерактивная.</p> <p>Основные требования, предъявляемые к специалисту по информационным войнам: опыт создания агональных текстов, опыт административной работы, способность создавать команду и работать в ней, начальная военная подготовка, доскональное знание чужой страны и языковых компетенций различных социальных групп, способность создавать креативные модели, положенные в основу коммуникативной стратегии и специальных тактик пропаганды.</p>	1
<p>13. Риторика и ее роль в электоральном процессе</p> <p>Создание высоко позитивного фона кандидата – основная задача электорального технолога. Различие личного имиджа и имиджа в сознании аудитории. Три стадии индивидуального имиджа: имитационная, действенная, жизненная. Сложность понятия электорального имиджа. Электоральный имидж как «свернутый текст» и как коммуникативная единица.</p> <p>Текст имиджа как свободная комбинация разнородных характеристик, несводимых в систему. Калейдоскопичный характер электорального имиджа. Пять компонентов имиджа: психофизический, личностно-коммуникативный, социальный, мифо-символический, профессионально-политический. Контекстные черты электорального имиджа: сходства и различия с предшествующими политиками.</p>	1

<p>Многослойность воздействия электорального имиджа; имидж как меню, предлагаемое различным референтным группам. Проспективный характер создаваемого имиджа, его отличия от мифа. Электоральный имидж – миф, опрокинутый в будущее. Электоральный процесс как информационная война с позитивной направленностью.</p> <p>Три задачи имиджмейкера: формирование предварительной модели будущего имиджа, обработка кандидата с целью максимального соответствия выработанной модели, формирования коррективов с целью усиления эффективности воздействия.</p> <p>Иконика имиджа, шесть компонентов иконики: мотивационный анализ, психоавтоматика, хромология, сублимальный звукоряд, геометрология (проксемика), встраивание в определенный архетип.</p> <p>Имидж как коммуникативная единица. Четыре уровня взаимодействия кандидата и аудитории: удовлетворение информационных потребностей, удовлетворение оценочной функции, создание определенной картины мира, психотерапия – снятие уровня тревожности.</p> <p>Политический перформанс как производство коммуникативных событий, создающих предполагаемый эффект. Имиджевая легенда – составная часть политического перформанса. Четыре модели объяснения собственного желания властвовать: модель М. Тэтчер, модель Робин Гуда, модель Жанны д'Арк, модель Б. Ельцина.</p> <p>Учет местных возможностей. Восемь риторических компонентов публичной речи кандидата при «выезде на место»: резкое заявление с целью концентрации внимания аудитории, восхищение городом, поселком или окружающей природой, краткое изложение 3-4 пунктов программы и способов их реализации, объяснение, почему реализация данных пунктов улучшит жизнь этого населенного пункта, фиксация позиции кандидата на деятельности своего предшественника: сочетание уважения и сожаления, что не все пункты прошлых программ были выполнены, рассказ притчи или анекдота с целью присоединению к аудитории, комплимент в адрес аудитории (прием коммуникативного обольщения), генерация уверенности в будущем успехе совместной деятельности оратора и аудитории.</p> <p>Правила сохранения имиджа во время выступления на телевидении: не давать интервью неизвестному ведущему, не брать из чужих рук какие-либо документы, не кивать головой, не вырывать микрофон из рук ведущего, не говорить со стаканом воды в руке, не отворачиваться от камеры.</p>	
---	--

Практические занятия (26 ч)

Содержание практических занятий	Объем, час
1. Логические основания риторики	3
2. Проблемы риторики в 1-й книге труда Аристотеля	3
3. Проблемы риторики во 2-й книге труда Аристотеля	3
4. Проблемы риторики в 3-й книге труда Аристотеля	3
5. Теоретическое значение для риторики работы Р. Барта «Война языков»	3
6. Теоретическое значение работ льежской школы по неориторике (Ж. Дюбуа, Ф. Эделин и др. Общая риторика. Ч. 2, гл. 1, с. 279–300)	3

7. Проблемы риторической коммуникации в работе Е. Н. Зарецкой «Риторика: теория и практика речевой коммуникации» (ч. 3, гл. 11–17)	4
8. Специфика отечественной риторики в работе А. К. Михальской «Русский Сократ» (ч. 4, 5, 6, с. 139–188)	4

Планы практических занятий

Практическое занятие № 1. Логические основания риторики

1. Энтимема и ее отношение к силлогизму. Почему энтимема, а не силлогизм является основной единицей риторического доказательства?
2. Чем доказательство в риторике отличается от доказательства в других науках?
3. В чем различие «технических» и «нетехнических» методов убеждения? Проблемы того и другого видов в современных медиатекстах.
4. Каковы особенности общих и частных энтимем?
5. Из каких трех элементов складывается речь?

Практическое занятие № 2. Проблемы риторики в 1-й книге труда Аристотеля

1. Какие три речи выделяет Аристотель? Укажите основания такого разделения и охарактеризуйте специфику каждого типа.
2. Каким образом риторика связана с диалектикой и софистикой? Почему в Древней Греции не могла существовать единая риторика?
3. Как особенности четырех форм правления (демократия, олигархия, аристократия и монархия) влияют на характер совещательной речи? Какая из форм правления обуславливает оптимальное развитие искусства составления совещательных речей?
4. Какие качества могут стать объектами эпидейктической речи?
5. Чем отличается построение обвинительных речей от речей защитительных? Каковы условия, благоприятствующие, по мысли Аристотеля, преступлению? В какой мере они актуальны для нашего времени?
6. В какой мере судебные речи опираются на писанные и «неписанные» законы? Что является отягчающим обстоятельством при совершении преступления?
7. Какие пять родов «нетехнических» доказательств выделяет Аристотель и каким образом предлагает ими воспользоваться?

Практическое занятие № 3. Проблемы риторики во 2-й книге труда Аристотеля

1. Каковы три причины, возбуждающие доверие аудитории к оратору? Как может ими пользоваться современный оратор?
2. Анализ чувства соревновательности (агона) и его особенностей. Как соотносится агон с чувствами зависти и презрения?
3. В чем видит Аристотель отличия нравов в юности от черт характера, свойственных старости?
4. Каким образом в Риторике определяется цель речи оратора? Каковы универсальные способы риторического доказательства, пригодные для трех родов речей?
5. Назовите существенные отличия энтимемы и примера. В каких случаях оратор пользуется тем или иным приемом? Каково соотношение энтимемы и примера в современных жанрах журналистики?
6. Какие четыре рода изречений (гномов) выделяет Аристотель? Укажите специфику каждого.

7. Назовите необходимые свойства энтимем. На каком основании Аристотель выделяет два рода энтимем?
8. С помощью каких топов строятся энтимемы, по Аристотелю? Каким образом число топов может быть сокращено в современной риторике?
9. Назовите два способа уничтожения силлогизмов и охарактеризуйте каждый.

Практическое занятие № 4. Проблемы риторики в 3-й книге труда Аристотеля

1. В чем видит Аристотель основные причины, по которым стиль оказывается столь же важным, как и доказательство?
2. Основные отличия стиля оратора от стиля актера и от стиля поэта. Каковы основные достоинства стиля оратора?
3. Почему омонимы оказываются полезны для софиста, а синонимы для поэта? Место синонимии и полисемии в современной риторике.
4. Почему использование метафор обязательно для ораторской речи? Назовите основные отличия метафоры от сравнения.
5. Какие пять условий считает необходимым Аристотель для правильности языка оратора? Каковы причины, ведущие к неясности речи?
6. Какими свойствами должен обладать стиль оратора и какими способами это достигается? Укажите факторы, обуславливающие пространность и сжатость стиля.
7. Как стиль соотносится с родом речи? На какие различия стоит обратить внимание оратору при переводе письменной речи в устную речь?
8. Как понимает Аристотель законы построения речи? Какова роль предисловия? Чем отличается рассказ (протезис) от доказательства (пистис) в разных родах речи? Какова роль заключения, четыре части заключения, выделяемые Аристотелем, и их анализ?

Практическое занятие № 5. Теоретическое значение для риторики работы Р. Барта «Война языков»

1. Зачем автору понадобился анализ трех высказываний и какие выводы он делает из их рассмотрения?
2. Каким образом структура языка делает возможной войну социолектов?
3. В чем, по мнению Р. Барта, заключается отличие использования языка и процесса коммуникации?
4. Каковы главные отличия энкратического и акратического языка?
5. Что означает термин «фикция», введенный Ф. Ницше, и в каком смысле его употребляет Р. Барт?
6. Какие три типа дискурсивного оружия выделяет автор? Охарактеризуйте каждый тип.
7. Чем текст в системе Р. Барта отличается от произведения?
8. Почему письмо является результатом снятия противоположностей энкратического и акратического языков?

Практическое занятие № 6. Теоретическое значение работ льежской школы по неориторике (Ж. Дюбуа, Ф. Эделин и др. Общая риторика. Ч. 2, гл. 1, с. 279–300)

1. Как понимать категорию привилегированной и симметричной речи в системе получатель / отправитель сообщения?
2. Что такое дерево дихотомий и какие бинарные оппозиции оно в себя включает?
3. Каким образом коммутация лицо/не-лицо связана с различными типами дискурса?
4. Какова специфика коммутации соотношенность/несоотношенность?

5. Как проявляет себя коммутация отправитель/получатель сообщения в процессе риторической коммуникации?
6. Какова риторическая функция коммутации определенность / неопределенность?
7. Какие отклонения от обычной нормы (узуса) можно наблюдать при коммутации единственное число / множественное число?

Практическое занятие № 7. Проблемы риторической коммуникации в работе Е. Н. Зарецкой «Риторика: теория и практика речевой коммуникации» (Ч. 3, гл. 11–17)

1. Что такое доказательство и как оно связано с природой человеческого мышления? Какие две задачи решаются в процессе доказательства?
2. На основании каких параметров отличают следующие виды доказательств: а) прямые и косвенные, б) апологические и разделительные, в) прогрессивные и регрессивные?
3. Что такое тезис и какие требования предъявляются к нему в процессе доказательства? Каким образом формирование тезиса связано с актуальным членением предложения?
4. Каковы механизмы потери тезиса и подмены тезиса?
5. Каким образом логические законы тождества, противоречия и исключенного третьего проявляют свое действие в современной риторике?
6. Что такое апории, антиномии и парадоксы? Укажите специфику каждого и приведите примеры.
7. Что такое истинность аргумента? Охарактеризуйте четыре возможности речи с точки зрения ее истинности?
8. Каковы основные различия между энтимемой, эпихейремой и соритом? Покажите специфику каждого.
9. Каковы пять основных методов исследования причинных связей (по Д.С.Миллю)?
10. Что такое демонстрация по аналогии? Какие виды аналогии выделяет автор? Охарактеризуйте специфику каждого.

Практическое занятие № 8. Специфика отечественной риторики в работе А. К. Михальской «Русский Сократ» (ч. 4, 5, 6, с. 139–188)

1. Как автор объясняет возрастание роли риторического диалога в публичной речи современного политика?
2. Каков механизм взаимодействия власти и прессы? Почему современная журналистика проявляет особый интерес к личным качествам политиков?
3. Назовите основные «нарративы», используемые СМИ в передачах на политическую тему. Чем мотивируется такой выбор?
4. Особенности имиджа политика в демократическом обществе. Каковы отличия политика «жесткого» типа от политика «мягкого типа»? Каким образом характеризуются риторические образцы в речах политиков противоположных типов?
5. Какие девять основных риторических стратегий, необходимых для риторического согласия, выделяет автор? Укажите специфику каждого.
6. Какие операции со смыслами слов при представлении информации являются самыми важными? В чем эффективность каждой такой операции?
7. Обозначьте особенности русского риторического идеала. Какое место в русском риторическом идеале занимает противостояние речевой агрессии?
8. Что такое гармонизирующий положительно-онтологический диалог? Его место в современной жизни и возможности использования в медиапространстве.
9. Есть ли у современного общества перспективы гуманизации логосферы?

Самостоятельная работа студентов (90 ч)

Перечень занятий на СРС	Объем, час
Подготовка к контрольной работе	10
Подготовка эссе	10
Подготовка к практическим занятиям	68
Подготовка к зачету	2

5. Перечень учебной литературы

1. Аннушкин, В.И. Риторика. Вводный курс : учебное пособие / В.И. Аннушкин. – 5-е издание, стереотип. – Москва : Флинта, 2016. – 292 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83537>

2. Деловая риторика : учебно-методический комплекс / авт.-сост. Л.Я. Поморцева, Л.Т. Зауэрвайн ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный университет культуры и искусств и др. – Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2014. – 32 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273810>

6. Перечень учебно-методических материалов по самостоятельной работе обучающихся

3. Общая риторика : учебное пособие : [16+] / Н.Г. Грудцына, Е.Л. Ерохина, О.Ю. Князева и др. ; под ред. Н.А. Ипполитовой. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 412 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576390>

4. Теория и практика речевой коммуникации : практикум / авт.-сост. Е.Н. Красикова, А.С. Калашова ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет (СКФУ), 2016. – 118 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459290>

5. Кузнецов, И.Н. Риторика, или Ораторское искусство : учебное пособие / И.Н. Кузнецов. – Москва : Юнити, 2015. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117680> (

6. Хазагеро, Г.Г. Риторика для делового человека : учебное пособие / Г.Г. Хазагеро, Е.Е. Корнилова. – 5-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2018. – 135 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70389>

7. Хазагеро, Г.Г. Убеждающая речь : учебное пособие / Г.Г. Хазагеро ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2010. – 70 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241099>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

7.1. Ресурсы сети Интернет

При освоении дисциплины используются следующие ресурсы:

- электронная информационно-образовательная среда НГУ (ЭИОС);
- образовательные интернет-порталы;
- информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет».

Взаимодействие обучающегося с преподавателем (синхронное и (или) асинхронное) осуществляется через личный кабинет студента в ЭИОС, электронную почту.

7.2. Современные профессиональные базы данных

Не используются.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Windows, Microsoft Office.

8.2. Информационные справочные системы

1. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки (ЭБД РГБ).
2. Полнотекстовые электронные ресурсы Freedom Collection издательства Elsevier (Нидерланды) (Arts and Humanities).
3. Электронные ресурсы Web of Science Core Collection (Thomson Reuters Scientific LLC.), Journal Citation Reports + ESI.
4. Электронные базы данных (БД) JSTOR (США). 6 предметных коллекций: Arts & Sciences III, V, VI, VII, VIII, Language & Literature.
5. БД Scopus (Elsevier).
6. Лицензионные материалы на сайте eLibrary.ru.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для реализации дисциплины «Риторика» используются специальные помещения:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации.
2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГУ.

Реализация дисциплины может осуществляться с применением дистанционных образовательных технологий.

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется согласно «Порядку организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Новосибирском государственном университете».

10. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Перечень результатов обучения по дисциплине «Риторика» и индикаторов их достижения представлен в разделе 1.

10.1. Порядок проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль успеваемости

Дисциплина предусматривает написание эссе и контрольной работы. Примерная тематика эссе и примерные вопросы контрольной работы представлены ниже.

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация предусматривает зачет. Темы лекций и практических занятий являются вопросами зачета.

Описание критериев и шкал оценивания индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине «Риторика»

Таблица 10.1

Код компетенции	Результат обучения по дисциплине	Оценочное средство
УК-4	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none">– основные теоретические категории классической и новой живой риторики;– основные этапы эволюции риторики от Платона и Аристотеля до наших дней;– основные работы по риторике и ораторскому искусству. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none">– оценивать качество журналистских материалов с точки зрения риторики;– демонстрировать знания современной риторической теории в динамике ее развития. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none">– методами и приемами риторического анализа; коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими нормами, принятыми в разных сферах устной и письменной коммуникации, <i>умеет</i> адекватно использовать их в процессе производства медиапродукта;– навыками самостоятельного исследования устной и письменной коммуникации с изложением выводов, базирующихся на логике и теории аргументации;– навыками анализа, комментирования, реферирования и обобщения результатов теоретических работ по риторике с учетом отечественного и зарубежного опыта. <p><i>Обладает:</i></p> <ul style="list-style-type: none">– способностью создавать, редактировать и реферировать различные типы текстов официально-делового и публицистического стиля;– способностью трансформировать различные типы текста (с изменением жанра, стиля или целевого воздействия на разные типы аудитории);– умением планировать и осуществлять публичные выступления с применением навыков ораторского искусства, приобретенных в процессе теоретического и практического изучения риторики	эссе, вопрос контрольной работы, зачет

Результаты испытания, входящего в программу промежуточной аттестации, определяются оценками «зачет», «незачет». Оценка «зачет» означает успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Таблица 10.2

Компетенция не сформирована (незачет)	Компетенция сформирована (зачет)
<p>Студент не владеет методами и приемами риторического анализа; коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими нормами, принятыми в разных сферах устной и письменной коммуникации, не умеет адекватно использовать их в процессе производства медиапродукта.</p> <p>Студент не знает основные теоретические категории классической и новой живой риторики, основные этапы эволюции риторики от Платона и Аристотеля до наших дней, основные работы по риторике и ораторскому искусству.</p> <p>Компетенция не сформирована. Студент не владеет теоретическим материалом знаний, не готов к решению задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности</p>	<p>Студент владеет методами и приемами риторического анализа; коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими нормами, принятыми в разных сферах устной и письменной коммуникации, умеет адекватно использовать их в процессе производства медиапродукта.</p> <p>Студент знает основные теоретические категории классической и новой живой риторики, основные этапы эволюции риторики от Платона и Аристотеля до наших дней, основные работы по риторике и ораторскому искусству.</p> <p>Компетенция сформирована на базовом, хорошем или высоком уровне. Студент демонстрирует достаточные или хорошие знания, готов к решению задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности.</p>

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

Примерная тематика эссе

1. Эссе на историческую тему

1. Существует ли в истории сослагательное наклонение?
2. Почему после 60 лет споры о личности Сталина будоражат общественное мнение?
3. Что я знаю об Отечественной войне 1812 года?
4. Сопряжено ли изучение истории с нравственным воспитанием личности?

2. Эссе на тему литературы и искусства

1. Мир театра глазами театроведа и журналиста: сходство и различие.
2. Чем вы можете объяснить необыкновенную популярность «Мастера и Маргариты» М. Булгакова в различных слоях общества?
3. Литературный текст и его киноверсия: потери и приобретения.
4. Постмодернизм: упадок или возрождение искусства?

3. Эссе на тему научно-технического прогресса

1. Как изменилось сознание человека за последние 100 лет благодаря техническому прогрессу?
2. Какие качества необходимы современному ученому и каким образом их можно представить в журналистике?
3. Существует ли конфликт точного и гуманитарного знания в современной науке?
4. Должен ли настоящий ученый бороться с шарлатанами от науки?

4. Эссе на темы морали

1. Если бы я лично убил преступника, поступил ли бы я аморально?
2. Существует ли ложь во спасение?
3. Почему нравственный выбор часто чреват разного рода потерями? Какова цена нравственного выбора?
4. Почему Лев Толстой считал, что все счастливые семьи похожи друг на друга, а каждая несчастная семья несчастна по-своему?

5. Эссе с использованием риторики парадокса

1. Продавец в морге.
2. Красавица и озеро («Жила-была красавица, однажды она поскользнулась и упала в озеро...») — продолжить изложение.
3. Почему я ненавижу эту профессию?
4. «Патриотизм — последнее прибежище негодяя» (Самуэль Джонсон)

6. Эссе на тему:

«Риторический портрет современного политического деятеля»

1. Абама или Ромни: кого бы я выбрал, если бы был гражданином США?
2. Риторический образ В. В.Путина.
3. Кого бы из современных политических деятелей я хотел видеть президентом после окончания срока нынешнего главы государства?
4. Что бы я сказал россиянам, если бы стал президентом?

7. Риторика публицистического стиля в эссе о молодежной субкультуре

1. «Pussy Riot» — наказание, прощение или понимание?
2. Что я сделаю как журналист в борьбе с подростковой наркоманией?
3. Субкультура — вызов «отцам» или призыв к диалогу?
4. Что я знаю о хипстерах и как бы я написал о них публицистическую статью?

Контрольная работа. Примерные вопросы

1. Каковы основные признаки демократического общества, обусловившие развитие агонистики? Почему в тоталитарных обществах риторика развивается преимущественно как искусство красноречия, а в демократических — как агональная коммуникация?
2. Что такое пресуазивность и каково ее место в современной риторике?
3. Определить главные отличия скрытого перформатива от открытого. Почему агональные технологии предпочитают пользоваться скрытым перформативом?
4. Смысл различия акротического и энкратического языков у Р. Барта.
5. Роль диалогических дискурсов в неориторике.

6. Коммуникативные барьеры заказчика, спич-райтера и аудитории и способы их представления.
7. Имидж персоны и имидж кандидата: основные риторические и семиотические сходства и различия.

Оценочные материалы по промежуточной аттестации, предназначенные для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном и электронном виде.