

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Лингвориторические основы спичрайтинга

Направление подготовки: 42.04.05 «Медиакоммуникации»

Направленность (профиль): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Разработчик (и):

Северская О.И., кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник ФГБУН Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».

Рецензент:

Базжина Т.В., кандидат филологических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной лингвистики факультета теоретической и прикладной лингвистики Института лингвистики ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»;

Желтухина М.Р., доктор филологических наук, профессор, академик РАЕН, заведующая НИЛ «Дискурсивная лингвистика», профессор кафедры теории английского языка ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является освоение необходимых для специалиста в области массовой коммуникации основ медиариторики, видов и жанровых моделей спичрайтинга, а также овладение практическими навыками создания спичрайтерского текста. Основное внимание уделяется формированию у магистрантов системы знаний о содержании специфической PR-профессии и специфической PR-технологии, а также подготовке к решению практических профессиональных задач в области публичных выступлений.

Задачи дисциплины:

- освоение лингвориторических основ коммуникации в медиасфере;
- рассмотрение спичрайтинга как технологии и как профессии,
- изучение видов публичной речи и жанров спичрайтинга,
- усвоение методов анализа речевого имиджа и манеры речи субъектов политической и деловой коммуникации,
- освоение этапов подготовки к публичному выступлению,
- обретение устойчивых навыков в составлении спичрайтерского текстов различной структуры, жанра и жанровой разновидности и умения подстраиваться под манеру речи заказчика,
- формирование навыков организации устного публичного выступления и подготовки к выступлению оратора,
- получение навыков деловой коммуникации с PR-объектом, представителями государственных структур, журналистами и руководителями СМИ.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 «Медикоммуникации» дисциплина «Лингвориторические основы спичрайтинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01.04.05.02).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Требования к результатам освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
УК-1: Способен осуществлять	УК-1.2. Находит и критически анализирует	- специфику коммуникации в современной	- учитывать векторы развития общественно-политической и	- навыками разработки планов, программ и других материалов,

критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	информацию, необходимую для урегулирования проблемной ситуации.	медиа сфере; - основы критического дискурс-анализа;	экономической ситуации и их отражение в массмедиа и медиакартине реальности; - анализировать свои и чужие тексты различных жанров; - высказывать аргументированную точку зрения о проблемных вопросах;	содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.3. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном языках.	- теорию межличностной и деловой коммуникации; - основы законодательства о русском языке как государственном языке РФ; - социокультурные особенности коммуникации на русском, а также одном из иностранных языков и/или языком государства СНГ	- вести деловые беседы и переговоры; - определять коммуникативные требования, обязательные к выполнению; - переходить в случае необходимости на один из иностранных языков	- навыками межличностной и деловой коммуникации; - умениями взаимодействовать с деловыми партнерами, целевой аудиторией и фокус-группами; - знаниями правовых основ коммуникации на русском как государственном в подзаконной сфере; - владеть как минимум одним из иностранных языков
ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.	- специфику планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства; - нормы коммуникации в общественно-политической и деловой сферах, а также тренды медиакommunikации; - речевой и сетевой этикет; - нормы русского языка в его функционально-стилевых разновидностях	- координировать и вести переговоры с заказчиком, - вести комплексную работу со СМИ; - использовать необходимые коммуникативные навыки в определенной ситуации.	- навыками стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий
ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных	ОПК-2.2: Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	- основные ресурсы, на которых доступна информация об общественных и государственных институтах; - отличия журналистики факта от журналистики мнения	- выделять достоверную и надежную информацию, которая позволит осуществлять объективный анализ; - определять роль того или иного общественного или государственного института в общественно-политическом процессе; - объективно отражать информацию в разных	- навыками поиска надежной и достоверной информации в глобальных и специальных информационных сетях; - умением соблюдать баланс фактов и различных точек зрения в их осмыслении

продуктах			медиаформатах	
ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.2: Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты	- информационные потребности общества в разных целевых сегментах; - принципы составления портрета целевой аудитории; - основы теории речевого воздействия на реципиента; - основы имиджологии	- определять потребности, интересы и потребительские медиапреференции целевой аудитории; - применять технологии речевого воздействия с учетом интересов говорящего и аудитории; - выбирать оптимальные медиаформаты для реализации коммуникативных намерений и целей говорящего	- методами анализа позиции и ожиданий адресата; - навыками социально-речевого портретирования; - базовыми техниками имидж-мейкинга

4. Содержание дисциплины

1. Тема: Спичрайтинг так PR-технология и профессия: история, теория и практическая применимость.

Содержание: История становления спичрайтинга в мире и России. Связь спичрайтинга с теорией коммуникации, риторикой, медиастилистикой, креативным письмом, деловой речью. Спичрайтинг как риторически креативная текстовая технология. Спичрайтинг и связи с общественностью. Спичрайтерский текст как разновидность PR-текста. Спичрайтер и его должностные обязанности, необходимые навыки, личностные качества и профессиональная этика.

Тренинг по креативному письму: поздравление с праздником; мотивационное письмо (по заданным шаблонам).

2. Тема: Создание спичрайтерского текста как лингвориторическая задача: публичные выступления и медиариторика.

Содержание: Медиариторика как частная риторика СМИ и наука и искусство построения речевой информации в технологически новых видах словесной деятельности. Медиакартина мира, образ автора и аудитории. Этос, логос и пафос медиадискурса. Общие места (топосы) как основа построения речи. Понятие публичного выступления. Публичные речи по цели: информационная, убеждающая, протоколно-этикетная, развлекательная. Устные и письменные речи в политической сфере. Устные и письменные речи в сфере бизнеса. Ориентированность речи на аудиторию. Типология аудитории: по размеру, возрасту, подготовленности, подвижности, отношению к оратору / выступлению. Риторические позиции оратора: информатор, комментатор, собеседник, советчик, эмоциональный лидер. Речевые стратегии и тактики воздействия на аудиторию. Анализ речи Стива Джобса «Оставайтесь голодными, оставайтесь безрассудными».

3. Тема: Политический спичрайтинг.

Содержание: Специфика политического спичрайтинга. Политический спичрайтинг при политическом брендинге. Эффективность политического выступления. Классификация речевых ролей, принимаемых в выступлениях политиками. Речевой имидж политика / партии. Структура имиджа: доминанта

(ядро), сопутствующие доминанте роли, факультативные микророли, формирующие периферию. Восприятие имиджа аудиторией. Ключевые жанры политического спичрайтинга: речь перед избирателями, дебаты, речь на митинге, интервью, политическая программа.

4. Тема: Деловой спичрайтинг.

Содержание: Особенности стратегических установок при подготовке выступлений для руководителей коммерческих организаций. Имидж руководителя и имидж коммерческой организации.

Внутрикорпоративные выступления руководителя. - Особенности выступления руководителя на собрании акционеров. Неформальные публичные выступления. Ключевые жанры делового спичрайтинга: миссия, программное выступление, доклад, презентация.

5. Тема: Работа над публичным выступлением. Содержание: целеполагание, портрет целевой аудитории, работа над текстом выступления, подготовка оратора к публичному выступлению. Первый этап подготовки текста публичного выступления – концептуализация и исследование, создание базы для разработки собственно речи выступления и выбора стратегии взаимодействия с аудиторией. Второй этап - разработка структуры выступления, составление плана (предварительного и рабочего), создание mind map. Третий этап – создание текста по схеме: вступление (установление контакта, акцент на теме и плане выступления), основная часть (тезисы и аргументы), заключение (резюме и призыв к действию). Четвертый этап – запоминание и репетиция. Организация публичного выступления: пространство и время выступления; тип аудитории; визуальные средства в публичных выступлениях; имидж оратора. Техника выступления.

6. Тема: Виды и жанры спичрайтерских текстов.

Содержание: Тексты для социальных сетей (стримы, посты, комментарии). Интервью в СМИ. Выступления на форумах, конференциях, выставках, открытиях. Выступления на митингах. Кризис-райтинг. Выступления за рубежом. Официальные поздравления. Сценарии мероприятий. Креативное отношение к канону и шаблону.