Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля):

Креативное письмо в профессиональной коммуникации

код и наименование дисциплины (модуля)

Уровень высшего образования:

магистратура

указывается: бакалавриат, магистратура

Направление подготовки:

45.04.01 Филология

(код и название направления подготовки)

Направленность (профиль) образования:

Прикладная филология

Форма обучения:

очная

очная, очно-заочная, заочная

г. Москва

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 45.03.01 Филология, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 986.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.04.01 Филология дисциплина «**Креативное письмо в профессиональной коммуникации**» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули), Обязательная часть, блок «Языкознание» (Б1.О.14.08)

2. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов мастерства создания эффективных креативных писем в разных сферах профессиональной деятельности.

Основные задачи дисциплины заключаются в следующем:

Познакомить будущих специалистов с основами теории и практики креативного письма, функционирующего в сфере научной среде, деловых и бизнес-коммуникациях, медиа- и маркетинговой индустриях.

Научить определять и разграничивать форматы и жанры деловых, научных, научно-популярных, медиа- и рекламных текстов, понимая специфику их создания и восприятия.

Сформировать умения и навыки связного изложения мыслей с учетом специфики целевой аудитории и каналов коммуникации

Развить навык разработки и соблюдения тональности коммуникации, умелого использования элокутивных средств для усиления убедительности и эмоционального воздействия текста.

Сформировать умение анализировать успешные креативные тексты как модели для выявления эффективных лингвистических приемов и их адаптации в профессиональной коммуникации.

Расширить и систематизировать знания по русскому языку, научить избегать клише, штампов и канцеляритов, повышая общую грамотность и речевую культуру студентов -магистрантов

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	**Индикаторы достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций**
ОПК-5 Способен использовать в профессиональной деятельности, в том	ОПК-5.4 Использует изучаемый язык для различных ситуаций устной, письменной и виртуальной коммуникации	Знать способы и приемы к овладению, обучению, совершенствованию знаний риторической теории и развитию риторических способностей Знать правила ведения и построения речи в разных видах и жанрах словесности Уметь участвовать в дискуссии (слушать, конспектировать, вычленять информацию, задавать

числе педагогической, свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке;		вопросы, подавать реплики, выступать с оценками выслушанных речей); Уметь создавать необходимое содержание, выстраивать композицию речи и реализовывать замысел в конкретной ситуации общения Владеть навыками участия в дискуссии на изучаемом языке в его литературной форме Владеть способностью импровизировать на основании знания ключевых культурных текстов и творческой мыслью предлагать новые оригинальные формы преобразования языковой действительности
ПК-3 Готов к распространению и популяризации филологических знаний по русскому языку и литературе, к проведению профориентационных мероприятий с обучающимися	ПК-3.1 Готов популяризировать филологические знания в текстовой форме с применением навыков креативного письма и литературного редактирования	Знать основы письменного творчества, стилистики художественной речи, индивидуальной стилистики. Иметь базовые знания о способах создания текста, разнообразных фактурах речи, способствующих формированию смысла и стиля творчески развитой речи; Уметь определять виды и жанры письменной речи; владеть стилистическими ресурсами языка и знать его стилистические нормы; Уметь выявлять стилистические особенности текста; анализировать сохраняемые в общественной и личной культуре тексты-образцы письменного творчества Владеть понятийным аппаратом данной дисциплины: языковой нормой, уровнями владения языком, литературным языком, языковыми процессами и подсистемами, языковыми стилями
	ПК-3.2 Планирует и готовит популярные лекции, экскурсии и и другие виды пропаганды и популяризации филологических знаний с применением навыков креативного письма и литературного редактирования	Знать основные сведения, касающиеся владения нормами русского литературного языка. Иметь ясные представления о специфике практикума по креативному письму, основных аспектах лингвостилистики, риторики, понимать, в чем состоит особенность теории письменного творчества Уметь варьировать выбор языковых средств в соответствии с ситуацией общения; использовать законы, правила и приемы эффективного общения; Владеть стилистическими возможностями лексикона и грамматики русского языка, тропами и фигурами речи

4. Объем дисциплины (модуля) 2 з.е., в том числе 34 академических часа на контактную работу обучающихся с преподавателем; 38 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов

Наименование и краткое содержание	**Всего**	В том числе

разделов и тем дисциплины (модуля). **Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**	**(часы)**	**Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем)** *Виды контактной работы, часы*					**Самостоятельная работа обучающегося** ***Виды самостоятельной работы, часы***					
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические/ лабораторные)	Групповые консультации	Индивидуальная работа с обучающимися	Всего	Работа с источниками	Подготовка к докладу	Эссе	Подготовка к тестированию	Групповой проект	Всего
Тема 1. Основы теории и практики креативного письма Понятие креативного письма. Отличие креативного письма от академического, природа творческого процесса. Сферы актуализации креативных текстов. Понятие лингвокреатемы и лингвокреативной деятельности. Виды и способы выражения лингвокреативности. Языковая игра и ее виды. Понятие «языковой личности» и факторы, активирующие ее творческий потенциал в речи. Функции креативности: прагматическая, эстетическая, людическая (игровая), людическо-коммуникативная и экспрессивная. Креативная архитектоника текста: сюжет и фабула, линейная и нелинейная композиция, классические структуры, архетипичные сюжеты и герои (по К.Г. Юнгу и К. Пирсон). Категория автора и рассказчика: фокализация, точка зрения, типы рассказчиков. Коммуникативно-стилевая мимикрия. Фасцинация, суггестия и аттракция. Коммуникативная тональность креативного письма. Когнитивные механизмы восприятия креативного текста реципиентом.	12	2	2			4	8					8
Тема 2. Креативное письмо в деловых и научных коммуникациях. Письменные жанры делового дискурса. Креативное резюме. Видеорезюме. Обучение	18	4	4			8	5			5		10

написанию креативных этикетных писем. Письма-приглашения, поздравления, благодарности. Убеждающее письмо и письмо-отказ. Принцип «5 × 5» (по Т. Воротынцевой). Принцип «Суть → детали → суть» (по А. Карепиной). Неформальная деловая переписка и мессенджеры. Принцип «Свой — чужой»: разграничение формального и неформального цифрового этикета. Деловые письма и письма по делу. Письменные жанры научного и научно-популярного дискурса. Лингвокреатив и риторика научного и научно-популярного текста. Обучение написанию аннотации, анонса, текста доклада для выступления на научной конференции и защите ВКР. Популярная адаптация как способ преобразования научного текста.												
Тема 3. Креативное письмо в медиа- и интернет-коммуникациях Типы текстов в сетевом и медийном дискурсе. Журналистский, блогерский и пользовательский текст. Идиостиль автора и редакционный стандарт. Обучение написанию новостной заметки, репортажа, лонгрида, фичера, интервью и колонки. Заголовки и лиды (вступления): Лингвистические приемы создания ловушек внимания. Баланс между кликбейтом и качественной журналистикой. Лонгриды и мультимедийная журналистика: Адаптация текста под экранное чтение (сканирование). Структурирование: подзаголовки, врезки, буллиты, акцентирование. Специфика текстов для социальных сетей. Сериальность контента, интерактив, работа с комментариями и пользовательским контентом (UGC).Медиариторика Постулаты общей риторики. Категории риторики, законы риторики, риторический канон. Современная практика подготовки медиатекстов и публичных выступлений для другого лица	20	5	5			10	5			5		10
Тема 4. Креативное письмо в маркетинговых						10	5			5		10

коммуникациях Интегрированные маркетинговые коммуникации. Современное понимание копирайтинга. Виды копирайтинга. Продающий / продвигающий текст: понятие, особенности, функции. Рекламный текст: формальные признаки, семиотическая природа, содержательная и композиционная структура. Рекламность как свойство нерекламных текстов. Проектирование и создание продающихи продвигающих текстов. Обучение правилам инвенции. Обучение правилам диспозиции. Обучение правилам элокуции. Описание товара. Сторителлинг. Аргументация. Правила аргументации. Рациональные и эмоциональные аргументы. Учет особенностей аудитории. Способы аргументации в разной аудитории, приемы эффективной аргументации	20	5	5									
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой в 1 семестре						2					
Итого	70						2					

6. Фонд оценочных материалов по дисциплине (модулю)

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

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

Примерные вопросы к **Тесту:**

1. Какая из перечисленных функций НЕ относится к функциям креативности?

А) Прагматическая

Б) Людическая (игровая)

В) Информативно-справочная

Г) Экспрессивная

Ответ: В)

2. Как называется прием в креативной архитектонике текста, при котором повествование фильтруется через восприятие, сознание или точку зрения конкретного персонажа?

А) Фасцинация

Б) Фокализация

В) Суггестия

Г) Коммуникативно-стилевая мимикрия

Ответ: Б)

3. Что такое «лингвокреатема»?

А) единица языка, созданная в результате творческой переработки языковых средств, обладающая новизной, выразительностью и нестандартностью.

Б) способ изложения информации простым, доступным языком

В) актуализированные тексты в совокупности с экстралингвистическими факторами

Г) минимальная нечленимая единица текста

Ответ: А)

4.Какой из перечисленных приемов НЕ рекомендуется использовать при адаптации лонгрида для экранного чтения (сканирования)?

А) Использование подзаголовков и врезок

Б) Применение маркированных списков (буллитов)

В) Написание сплошных массивов текста («простыней») без визуального деления

Г) Акцентирование ключевых мыслей жирным шрифтом

Ответ: В)

5.Какой этап классического риторического канона отвечает за непосредственное написание текста, подбор слов, тропов и стилистическое оформление продающего текста?

А) Инвенция
Б) Диспозиция
В) Элокуция
Г) Мемория
Ответ: В)

6.К какому типу аргументации в продающем тексте относится утверждение: «Наш крем содержит гиалуроновую кислоту, которая удерживает влагу в клетках эпидермиса на 24 часа»?

А) Эмоциональная
Б) Рациональная
В) Авторитетная
Г) Людическая
Ответ: Б)

7. Какой тип аргументации в продающем тексте основан на апелляции к чувствам, ценностям, страхам или желаниям целевой аудитории, а не на сухих фактах?

А) Рациональная аргументация
Б) Эмоциональная аргументация
В) Статистическая аргументация
Г) Логическая дедукция
Ответ: Б)

8. Что подразумевается под «популярной адаптацией» научного текста при его преобразовании в научно-популярный жанр?

А) Полный отказ от фактологии в пользу художественного вымысла и фантастики.
Б) Сохранение сложной терминологии, но добавление смайликов для оживления текста.
В) Сокращение объема текста до одного предложения без сохранения смысла.
Г) Перевод сложных концепций на язык, понятный неподготовленной аудитории, с использованием метафор и примеров из жизни без искажения научного смысла.
Ответ: Г)

9. Какая риторическая особенность отличает текст доклада для устного выступления на научной конференции от текста самой научной статьи?

А) Использование исключительно разговорной лексики, сленга и жаргонизмов.

Б) Ориентация на слуховое восприятие: более простые синтаксические конструкции, явные сигналы структурирования («перейдем к следующему пункту») и риторические обращения к аудитории.
В) Полное отсутствие вступительной и заключительной частей для экономии времени.
Г) Обязательное использование только графиков и диаграмм без какого-либо словесного сопровождения.
Ответ: Б)

10. Какой из перечисленных приемов является типичной речевой и этической ОШИБКОЙ при написании делового письма-поздравления партнера с юбилеем компании?
А) Упоминание конкретных совместных достижений и успешных проектов за последний год.
Б) Использование шаблонных, обезличенных стихов из интернета, не имеющих отношения к специфике бизнеса партнера.
В) Пожелание дальнейшего процветания и взаимовыгодного сотрудничества.
Г) Соблюдение норм официального этикета и корректное обращение по имени-отчеству.
Ответ: Б)

Тест включает задания с единичным выбором ответа. Каждое правильно выполненное задание теста оценивается в 1 балл.

Критерии (количество баллов)	Показатели (уровень знаний)
10	отлично
7-9	хорошо
5-6	удовлетворительно
Менее 5	неудовлетворительно

Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Понятие креативного письма, его отличие от академического и сферы актуализации креативных текстов.
2. Лингвокреатема и лингвокреативная деятельность: понятие, виды, сферы актуализации.
3. Языковая игра: понятие, виды (фонетическая, графическая, лексическая, морфологическая, синтаксическая, интертекстуальная), функции.
4. Понятие «языковой личности» и факторы, активирующие ее творческий потенциал в речи.
5. Основные функции креативности в тексте: прагматическая, эстетическая, людическая, людическо-коммуникативная и экспрессивная.
6. Креативная архитектоника текста: соотношение сюжета и фабулы, линейная и нелинейная композиция, архетипичные сюжеты и герои (по К.Г. Юнгу и К. Пирсон).

7. Категория автора и рассказчика: фокализация, точка зрения, типы рассказчиков и коммуникативно-стилевая мимикрия.
8. Механизмы воздействия креативного текста на реципиента: фасцинация, суггестия, аттракция и когнитивные механизмы восприятия.
9. Специфика креативного резюме и видеорезюме как современных жанров делового дискурса.
10. Правила составления креативных этикетных писем: письма-приглашения, поздравления, благодарности, убеждающие письма и письма-отказы.
11. Цифровой этикет в мессенджерах: принцип «Свой — чужой» и разграничение формального и неформального стилей в переписке.
12. Разграничение понятий «деловое письмо» и «письмо по делу» в современной коммуникации.
13. Лингвокреатив и риторические особенности научного и научно-популярного дискурса.
14. Специфика написания аннотации, анонса и текста доклада для научной конференции или защиты ВКР.
15. Популярная адаптация как основной способ преобразования сложного научного текста для широкой аудитории.
16. Типология текстов в сетевом и медийном дискурсе: соотношение идиостиля автора и редакционного стандарта.
17. Жанровые особенности и правила написания новостной заметки, репортажа, лонгрида, фичера, интервью и авторской колонки.
18. Лингвистические приемы создания заголовков и лидов: поиск баланса между кликбейтом и качественной журналистикой.
19. Приемы адаптации лонгрида под экранное чтение (сканирование): структурирование, подзаголовки, врезки, буллиты и акцентирование.
20. Специфика текстов для социальных сетей: сериальность контента, интерактив и работа с пользовательским контентом (UGC).
21. Основы медиариторики: риторический канон, законы риторики и практика подготовки медиатекстов и публичных выступлений.
22. Современное понимание копирайтинга и его виды в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (IMC).
23. Понятие, функции, формальные признаки и семиотическая природа продающего и рекламного текста.
24. Применение классических правил риторики (инвенция, диспозиция, элокуция) при создании маркетинговых текстов.
25. Роль сторителлинга и виды аргументации (рациональная и эмоциональная) в продающем тексте с учетом особенностей целевой аудитории.

Шкала и критерии оценивания

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета (устный опрос).

Результаты обучения оцениваются: зачтено/не зачтено

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

7. Методические материалы

7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и иные материалы

Основная литература

1. Селеменева О.А. Учебный практикум по креативному письму: учебное пособие. – Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2019. – 123 с.
2. Творческое письмо в России: сюжеты, подходы, проблемы : [сборник статей] / составители: М. Кучерская, А. Баженова-Сорокина, А. Чабан, Д. Харитонов. – Москва : Новое литературное обозрение, 2023. – 438 с.
3. Шульженко, В. И. Творческое письмо: опыт креативного подхода : учеб. пособие / В. И. Шульженко, Т. Д. Савченко. – Пятигорск : ПГУ, 2021. – 493 с.

Дополнительная литература:

1. Аннушкин, В.И., Мануйлова, И.В. Практикум по креативному письму: Учебное пособие. – М.: Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2016. – 176 с.

2. Балахнина, В.Ю. Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе»: Учебное пособие / В.Ю. Балахнина. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013.– 60 с.

3. Задачник по основным учебным дисциплинам направления «Реклама и связи с общественностью» / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 181 с.

4. Кульчицкая Д. Ю., Галустян А. А. Лонгриды в онлайн-СМИ. Особенности и технология создания. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 80 с.

5. Луговой, Д. Б. Копирайтинг: учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с.

6.Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов / ред.-сост. С. Г.Корконосенко. – СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. – 272 с.

7. Работа журналиста в цифровой периодике: учеб. пособ. / под ред. О. В. Смирновой.– М.: Аспект Пресс, 2021. – 248 с.

8. Трищенко, Д. А. Копирайтинг: учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 124 с.

9.Карепина С. Конструктор делового письма. Практическое пособие по эффективной бизнес-переписке. М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2015 (и более поздние издания)**.**

10. Северская, О. И., Селезнева Л. В. Эффективная бизнес-коммуникация. «Волшебные таблетки» для деловых людей. Москва : Эксмо, 2019. — 416 с.

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10.
2. Microsoft Office 2016 стандартная.
3. Big Blue Button.

8. Ресурсное обеспечение

8.1. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru http://www.elibrary.ru
8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
1. Адвего http://www.advego.ru Свободный доступ
2. Орфограммка http://www.orfogrammka.ru Свободный доступ
3. Главред http://www.glvrd.ru
4. Text.ru http://www.text.ru
5. Serpstat https://serpstat.com/ru/
6. Istio https://istio.io/
7. Miratext https://miratext.ru/
8. Content-Watch https://content-watch.ru/
9. ETXT https://www.etxt.ru/
10. «Копирайтинг и работа с текстами» tgu-dpo.ru
9. Язык преподавания русский.

10. Разработчики программы: Гапутина В.А., к.филол.н., доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».