**Вопросы к экзамену**

по дисциплине«Медиариторика и спичрайтинг»

|  |
| --- |
| 1. Медиакультура и классическая риторика.  2. Понятие "неориторики".  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 мидиадискурса.  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, ритора) 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. Тодорова, 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. Клинкенберг, А. Тринон и др.)  43. Медиадискурс как интерпретационная система. |