

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.10.2025 14:56:33
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Риторика медиа

Направление подготовки (специальность)

42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль)

Медиапроизводство в креативных индустриях

Присваиваемая квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Челябинск 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и
рекомендован:**

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания от «10» февраля 2025 г. №8

Председатель ученого совета
факультета журналистики

_____ Б.Н. Киршин

**Заседанием кафедры
теории медиа**

Протокол заседания от «06» февраля 2025 г. №8

Заведующий кафедрой

_____ Е. Ю. Панова

Автор (составитель)
Заведующий кафедрой
теории медиа

_____ Е. Ю. Панова



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.03.05 Медиакоммуникации*

Направленность (профиль) *«Медиапроизводство в креативных индустриях»*

Дисциплина: *Риторика медиа*

Семестр (семестры) изучения: *6*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *экзамен*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины *«Риторика медиа»* направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>Знать</p> <p>Для достижения УК-4.1.:</p> <p>Знать о правилах и принципах деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Уметь</p> <p>Для достижения УК-4.1.:</p> <p>Уметь использовать правила и принципы деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Владеть</p> <p>Для достижения УК-4.1.:</p> <p>Владеть устной и письменной коммуникацией на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Знать</p> <p>Для достижения УК-4.2.:</p> <p>Знать правила деловой коммуникации в устной и письменной формах, правила использования методов и навыков делового</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>общения Уметь Для достижения УК-4.2.: Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения Владеть Для достижения УК-4.2.: Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах и навыками делового общения Знать Для достижения УК-4.3.: Знать принципы делового общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Уметь Для достижения УК-4.3.: Уметь общаться на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Владеть Для достижения УК-4.3.: Владеть навыками делового общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>Знать Для достижения ОПК-1.1.: Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Уметь Для достижения ОПК-1.1.: Уметь определять в деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеть Для достижения ОПК-1.1.: Владеть опытом различения особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>Знать Для достижения ОПК-1.2.: Знать основные принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>Уметь Для достижения ОПК-1.2.: Уметь применять принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>Владеть Для достижения ОПК-1.2.: Владеть алгоритмом подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>Знать Для достижения ОПК-3.1.: Знать основные этапы отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>Уметь Для достижения ОПК-3.1.: Уметь выявлять этапы отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>Владеть Для достижения ОПК-3.1.: Владеть кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>Знать Для достижения ОПК-3.2.: Знать средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p> <p>Уметь Для достижения ОПК-3.2.:</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Уметь применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p> <p>Владеть</p> <p>Для достижения ОПК-3.2.: Владеть навыками создания выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p>
--	--	--

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Риторика как наука и искусство красноречия Язык и стиль речевого произведения	Контрольные задания творческого типа Контрольные задания практикоориентированного типа	Вопросы к экзамену
2	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	Риторические навыки журналиста. Ораторский практикум	Контрольные задания творческого типа Контрольные задания практикоориентированного типа	Вопросы к экзамену



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	иностранный язык, особенностями иных знаковых систем			
3	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Искусство спора. Теория и практика спора. Дискуссия, диспут, полемика	Контрольные задания творческого типа Контрольные задания практикоориентированного типа Рефераты	Вопросы экзамену к

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

1. Контрольные задания творческого типа

Создайте текст по следующим заданным условиям: тема – актуальная социальная проблематика; жанр – группа аналитических; тип текста – рассуждение; вид красноречия – социально-политическое, степень аргументированности – минимум 3 факта, приветствуется разнообразие привлеченного фактического материала; объем – 2000 знаков.

Пример выполнения задания:

Тишина, которую не слышно: одиночество как новая социальная эпидемия

В современном гиперсвязанном мире, где количество цифровых контактов исчисляется сотнями, парадоксальным образом набирает силу новая социальная эпидемия — тотальное одиночество. Эта проблема давно перестала быть личной трагедией и превратилась в масштабный вызов, имеющий прямые последствия для общественного здоровья и экономики государств.

Во-первых, одиночество признано критическим фактором, разрушающим физическое здоровье нации. По данным ВОЗ, хроническое одиночество повышает риск развития сердечно-сосудистых заболеваний на 29%, а инсульта — на 32%. Социальная изоляция по степени вреда для организма сопоставима с выкуриванием 15 сигарет в день. Эти цифры свидетельствуют, что проблема вышла за рамки психологического дискомфорта



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

и стала вопросом общественного здравоохранения, ложащимся тяжелым бременем на систему здравоохранения.

Во-вторых, одиночество имеет четкие экономические последствия. Исследование, проведенное аналитиками из США, показало, что для работодателей одинокие сотрудники обходятся дороже: они чаще берут больничный, демонстрируют lower productivity и более высокую текучесть кадров. Для экономики в целом это выливается в миллиарды долларов потерянной прибыли и расходов на медицинское страхование.

В-третьих, в качестве яркого примера системного ответа на этот вызов можно привести практику **Великобритании**, где в 2018 году была введена должность «министра по борьбе с одиночеством». Это беспрецедентное политическое решение легитимизировало проблему на высшем уровне, признав ее национальным приоритетом и запустив межведомственные программы по социализации пожилых людей, молодежи и других уязвимых групп.

Таким образом, одиночество — это не просто грусть, а комплексная социальная проблема, требующая не менее комплексного ответа. Игнорирование ее ведет к подрыву человеческого капитала, тогда как ее признание и включение в публичную повестку — это шаг к построению более сплоченного, здорового и, как следствие, экономически устойчивого общества. Молчание вокруг этой темы губительно; пора начать громкий и предметный разговор.

2. Контрольные задание практикоориентированного характера.

Определите:

- к какому функционально-смысловому типу речи относится данный текст;
- к какому роду красноречия относится данный отрывок;
- оцените степень убедительности данного высказывания (докажите то или иное утверждение)

В буржунете псевдоновостные агентства, выдумывающие новости про то, что Бритни Спирс умерла, появились не год и не два назад. Правда, до сих пор находятся журналисты, которые, не разобравшись, перепечатавают «сенсации». Мода на них появилась и в рунете. Одним из первых русскоязычных псевдо-сми, насколько мне известно, является lapsha.ru (сайт уже довольно давно не появляется), я до сих пор вспоминаю «новость» о студенте Лабрадорском, отчисленном за сверхуспеваемость. Чуть позже появился smixet.ru, сайт успешно обновляется и поныне. Вполне возможно, что были и другие, просто я их не встречал. Эти сайты абсолютно не претендуют на достоверность, посетителю сразу становится понятно, что на лапше и смиксере размещен несерьезный, выдуманный контент...

Пример выполнения

1. Функционально-смысловой тип речи

Данный текст относится к **повествованию с элементами рассуждения**.

- **Повествование** проявляется в том, что автор последовательно излагает события во времени: появление фейковых сайтов в «буржунете» → их приход в рунет →



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

пример lapsha.ru → появление smixer.ru. Текст отвечает на вопрос «Что было и как развивалось?».

• **Элементы рассуждения** видны в авторских выводах и оценках: «Эти сайты абсолютно не претендуют на достоверность, посетителю сразу становится понятно...».

2. Род (вид) красноречия

Данный отрывок относится к **публицистическому красноречию**.

Обоснование: Текст поднимает актуальную социально значимую проблему — распространение фейковых новостей и недобросовестность некоторых СМИ. Он использует характерные для публицистики черты:

- **Общественная значимость темы** (медиаграмотность, доверие к информации).
- **Наличие авторской оценки** («псевдоновостные агентства», «не разобравшись», «несерьезный, выдуманный контент»).
- **Доступность и ориентированность на широкую аудиторию**.
- **Использование конкретных примеров** (lapsha.ru, smixer.ru) для иллюстрации общей тенденции.

3. Оценка степени убедительности высказывания

Степень убедительности данного высказывания можно оценить как **среднюю**. Автор делает важные заявления, но не предоставляет достаточных оснований для их полного подтверждения.

Доказательства утверждений:

- **Утверждение 1:** «Правда, до сих пор находятся журналисты, которые, не разобравшись, перепечатывают «сенсации».
 - **Оценка: Не доказано.** Автор не приводит ни одного конкретного примера такого журналиста или издания, что ослабляет позицию. Это голословное утверждение.
- **Утверждение 2:** «Одним из первых русскоязычных псевдо-сми, насколько мне известно, является lapsha.ru...»
 - **Оценка: Частично убедительно, но субъективно.** Автор использует вводную конструкцию «насколько мне известно», что указывает на субъективность и ограниченность его осведомленности. Нет данных о том, что этот сайт был действительно *первым*.
- **Утверждение 3:** «Эти сайты абсолютно не претендуют на достоверность, посетителю сразу становится понятно, что... контент несерьезный».
 - **Оценка: Спорно и не доказано.** Это ключевой тезис автора, но он не предоставляет критериев, по которым это «сразу понятно». Многие подобные сайты намеренно мимикрируют под настоящие СМИ, и неискушенный пользователь может быть обманут. Автор не учитывает разнообразие форматов и уровень медиаграмотности аудитории.

Общий вывод: Текст поднимает важную проблему и приводит наглядные примеры (lapsha.ru, smixer.ru), что делает его живым и конкретным. Однако **нехватка доказательств** для ключевых утверждений (особенно о журналистах и очевидной распознаваемости фейков) и **субъективность** суждений снижают его общую убедительность. Для усиления аргументации автору потребовались бы ссылки на



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

исследования, конкретные кейсы перепечатки фейков СМИ или анализ дизайна сайтов, доказывающий их «очевидную» сатиричность.

Рефераты (с краткими тезисами по каждому)

1. Речевые стратегии и тактики при проведении интервью

- **Стратегия** — общая цель коммуникации (раскрыть личность, получить факты, создать доверительную атмосферу, провести жесткий допрос).
- **Тактика** — конкретные речевые приемы для достижения цели.
- **Основные тактики:**
 - **«Нападение»:** Прямые, провокационные, уточняющие вопросы.
 - **«Защита»:** Уход от ответа, встречные вопросы, юмор.
 - **«Кооперация»:** Поддакивание, поддержка, демонстрация понимания.
 - **«Манипуляция»:** Наводящие вопросы, внушение, игра на эмоциях.
- Выбор стратегии и тактики зависит от жанра интервью, личности собеседника и цели журналиста.

2. Отражение авторской позиции в композиции информационной телепередачи

- Авторская позиция выражается неявно через **монтаж** и **композицию**.
- **Приемы:**
 - **Последовательность сюжетов:** Расположение тем задает повестку дня (agenda-setting).
 - **Подбор говорящих голов:** Чьи мнения представлены, а чьи проигнорированы.
 - **Использование видеоряда:** Подбор кадров, которые вызывают определенные эмоции (эмоциональный окрас).
 - **Интонация и текст ведущего:** Оценочная лексика в «шапке» или связках.

3. Средства эвфемизации в риторических текстах

- **Эвфемизм** — смягчающее слово или выражение, заменяющее грубое или социально табуированное.
- **Цели в журналистике:**
 - Соблюдение этических норм (не шокировать аудиторию).
 - Манипуляция сознанием (смягчение негатива: «*приняли непростое решение*» вместо «*уволнили тысячи*»).
 - Создание политкорректной лексики.
- **Средства:** Слова с более мягкой семантикой («*ушел из жизни*»), абстрактные понятия («*нецелевое расходование средств*»), метонимии («*силовые структуры*»).

4. Включение функционально-смысловых типов речи в журналистский текст

- **Типы речи:** Повествование, описание, рассуждение.
- **Их роль:**
 - **Повествование:** Основа новостного заметки, репортажа. Передает ход событий.
 - **Описание:** Создает образ (портрет героя, место события). Важно в фичер-статьях.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

○ **Рассуждение:** Используется в аналитических жанрах (статья, колонка). Помогает аргументировать позицию, выявить причинно-следственные связи.

• Умелое комбинирование типов делает текст объемным, понятным и убедительным.

5. Распознавание лжи в риторическом тексте

• **Лингвистические маркеры (признаки) лжи:**

○ **Уход от ответа:** Многословие без конкретики, повторение вопроса.

○ **Эмоциональная бедность:** Отсутствие местоимения «я», обезличенные формулировки («было принято решение»).

○ **Нарушение логики:** Противоречия в фактах, нелогичные переходы.

○ **Использование пассивных конструкций:** Смещение фокуса с субъекта действия («деньги были потеряны» вместо «я потерял деньги»).

6. Риторические вопросы как средство воздействия на адресата в СМИ

• **Риторический вопрос** — вопрос, не требующий ответа, а усиливающий воздействие.

• **Функции:**

○ **Привлечение внимания:** Вовлекает аудиторию в размышление.

○ **Скрытое утверждение:** Вопрос содержит готовый вывод («Долго ли нам еще терпеть это?»).

○ **Создание эмоционального напряжения:** Усиливает indignation, сочувствие.

○ **Манипуляция:** Навязывает определенную точку зрения, минуя критическое восприятие.

7. Стилиевая уместность как основа успешного общения в прямом эфире на радио

• **Уместность** — соответствие стиля речи ситуации, теме и аудитории.

• **Ключевые аспекты:**

○ **Соответствие формату эфира:** Утреннее шоу допускает сленг и шутки, вечерний аналитический program — более формальный стиль.

○ **Учет аудитории:** Обращение к подросткам и к бизнес-аудитории будет разным.

○ **Контроль речи:** Отсутствие пауз-хезитации, слов-паразитов, четкая дикция.

○ **Эмоциональный интеллект:** Умение адаптировать тон под настроение гостя или тему (трагедия vs. праздник).

8. Образ врага в журналистских текстах

• **Образ врага** — риторический конструкт для объединения «своих» против «чужих».

• **Способы создания:**

○ **Лексика:** Использование ярких негативных ярлыков и метафор («террористы», «пятая колонна»).

○ **Генерализация:** Приписывание пороков всей группе («все они...»).

○ **Дихотомия:** Четкое деление на «добро» (мы) и «зло» (они).

○ **Дегуманизация:** Лишение противника человеческих черт.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- Используется в пропаганде, националистической и военной риторике.

9. Уловки в журналистской практике

- **Уловки** — недобросовестные приемы для манипуляции мнением аудитории или источником.

- **Примеры:**

- **Подмена тезиса:** Уход от обсуждения острой темы.
- **Навешивание ярлыков:** Дискредитация оппонента без аргументов.
- **Домысливание:** Приписывание человеку слов или намерений, которых не было.
- **Игра на эмоциях:** Использование шока, страха, жалости вместо фактов.
- **Скрытая реклама/антиреклама:** Подача материала в интересах заказчика.

10. Нарушение аргументативной деятельности в журналистских текстах

- **Аргументация** должна быть обоснованной и логичной. Ее нарушения — это логические ошибки.
- **Основные нарушения:**
 - **Argumentum ad hominem:** Переход на личности вместо опровержения аргументов.
 - **Подмена понятий:** Использование многозначных слов в разных значениях.
 - **Ложная дилемма:** Сведение сложного вопроса к выбору «да/нет».
 - **Обращение к авторитету:** Использование мнения неспециалиста по вопросу.
 - **Поспешное обобщение:** Вывод на основе недостаточных данных.

Вопросы к экзамену (с краткими ответами)

1. Этапы подготовки публичной речи. Риторический канон

Риторический канон — это классическая пятиэтапная модель создания речи.

1. **Инвенция (Изобретение)** — поиск и отбор содержания.

- **Что говорить?** Определение цели, темы, сбор материала, формулировка ключевых тезисов и аргументов.

- **Пример:** Для речи о важности чтения вы находите статистику о начитанности, цитаты великих людей, личные истории успеха.

2. **Диспозиция (Расположение)** — композиция, структурирование речи.

- **В каком порядке говорить?** Распределение отобранного материала в логической последовательности (вступление, основная часть, заключение).

- **Пример:** Речь о чтении вы строите так: вступление (интересный вопрос: «Вы помните свою первую книгу?»), основная часть (аргументы: развитие мышления, расширение кругозора, примеры), заключение (призыв читать больше).

3. **Элокуция (Выражение)** — словесное оформление, украшение речи.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

○ *Как говорить?* Подбор слов, использование тропов и фигур речи для выразительности.

○ **Пример:** Вместо «книги полезны» сказать «книги — это тренажерный зал для ума».

4. **Меморио (Запоминание)** — заучивание речи.

○ *Как запомнить?* Оратор учит текст, чтобы произносить его свободно, без бумажки, поддерживая контакт с аудиторией.

5. **Акцио (Произнесение)** — исполнение, произнесение речи.

○ *Как выступить?* Использование голоса (дикция, интонация, паузы), мимики, жестов, зрительного контакта.

2. Функционально-смысловые типы речи. Примеры

• **Повествование** — сообщение о развивающихся действиях, событиях во времени. Отвечает на вопрос «*Что произошло?*».

○ **Пример:** Новостной репортаж, рассказ о случае из жизни, биография.

• **Описание** — изображение предмета, человека, явления через перечисление его признаков и свойств в статике. Отвечает на вопрос «*Какой?*».

○ **Пример:** Описание внешности человека в художественном произведении, описание товара в каталоге, характеристика места.

• **Рассуждение** — логическое изложение мыслей, доказательство определенной точки зрения. Отвечает на вопрос «*Почему?*».

○ **Пример:** Научная статья, аналитическая колонка в газете, обоснование своей позиции в споре.

3. Повествование, его особенности и основные виды

• **Особенности:** Динамичность (глаголы действия), последовательность (связки «потом», «затем», «впоследствии»), наличие завязки, кульминации и развязки.

• **Виды:**

○ **Изобразительное:** Передает события эмоционально, с деталями (художественный рассказ).

○ **Информативное:** Сообщает о событиях сухо, фактологически (новостная заметка).

4. Описание, его особенности и основные черты

• **Особенности:** Статичность, одновременность признаков, использование прилагательных, причастий, наречий.

• **Черты:** Детализация, целостность образа, определенная точка обзора (от общего к частному или наоборот).



5. Рассуждение, его разновидности

- **Рассуждение-доказательство:** «*Почему это так?*» (Доказывает истинность тезиса: «Необходимо беречь природу, потому что...»).
- **Рассуждение-объяснение:** «*Что это такое?*» (Объясняет суть явления: «Криптовалюта — это цифровые деньги, которые...»).
- **Рассуждение-размышление:** «*Каково быть?*» (Содержит несколько вариантов ответа, раздумья: «Какую профессию выбрать? С одной стороны..., с другой стороны...»).

6. Хрия, её основные характеристики

Хрия — в античной риторике: короткая речь, построенная по строгому плану для раскрытия и доказательства какой-либо нравственной идеи или цитаты.

Структура (план):

1. **Приступ (введение).**
2. **Парафраз (разъяснение смысла цитаты своими словами).**
3. **Причина (почему это верно?).**
4. **Противное (что было бы, если бы это было не так?).**
5. **Подобие (пример из жизни, аналогия).**
6. **Пример (конкретный случай из истории или литературы).**
7. **Свидетельство (подтверждение авторитетным мнением).**
8. **Заключение (вывод, призыв следовать этой идее).**

7. Средства речевой выразительности (на примерах)

1. **Метафора:** Скрытое сравнение. «*В саду горели костры рябины красной*» (С. Есенин).
2. **Градация:** Расположение слов по степени нарастания или ослабления признака. «*Пришел, увидел, победил*» (Юлий Цезарь).
3. **Риторический вопрос:** Вопрос, не требующий ответа, но усиливающий воздействие. «*И какой же русский не любит быстрой езды?*» (Н. Гоголь).
4. **Анафора:** Единоначатие, повторение слов в начале предложений. «*Жди меня, и я вернусь... Жди, когда наводят грусть...*» (К. Симонов).
5. **Оксюморон:** Сочетание несочетаемого. «*Живой труп*», «*горячий снег*».

8. Структура ораторской речи. Виды сцепления мысли

- **Структура:**



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. **Вступление** (привлечь внимание, установить контакт).
 2. **Основная часть** (изложение тезисов и их доказательство).
 3. **Заключение** (резюме, усиление впечатления, призыв к действию).
- **Виды сцепления (связности):**
 - **Цепная:** Мысль последующего предложения вытекает из предыдущего. *«Была холодная зима. Мороз сковал реки льдом. Лед блестел на солнце...»*
 - **Параллельная:** Предложения независимы друг от друга, но объединены общей темой. *«Первый аргумент — это... Второй аргумент заключается... Наконец, третий...»*

9. Система доказательств в риторике

- **Логос (логические доказательства):** Факты, статистика, цифры, исторические примеры, данные науки.
- **Этос (этические доказательства):** Апелляция к морали, авторитету, общим ценностям, создание образа «хорошего человека».
- **Пафос (эмоциональные доказательства):** Обращение к чувствам аудитории (жалость, гнев, радость, надежда).

10. Роды и виды красноречия

- **Роды:**
 - **Социально-политическое** (дебаты, доклады, митинговые речи).
 - **Академическое** (лекции, научные доклады).
 - **Судебное** (обвинительная и защитительная речи).
 - **Духовное (церковно-богословское)** (проповедь).
 - **Бытовое** (юбилейные, поздравительные, застольные речи).

11. Коммуникативные цели. Речевые стратегии и тактики

- **Цели:** Проинформировать, убедить, побудить к действию, развлечь.
- **Стратегия:** Общий план достижения цели (например, стратегия дискредитации оппонента или стратегия сотрудничества).
- **Тактика:** Конкретные приемы (задать провокационный вопрос, использовать лесть, привести неоспоримый факт).



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05
Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ
ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

12. Естественные и логические доказательства (примеры)

- **Естественные (наглядные):** Демонстрация самого предмета или его следов. *Показать разбитое окно в суде. Предъявить товар лицом к лицу.*
- **Логические (рациональные):** Умозаключения, построенные на фактах.
 - **Пример (силлогизм):** Все люди смертны (большая посылка). Сократ — человек (малая посылка). Следовательно, Сократ смертен (вывод).

13. Типы аудитории и слушателей

- **По степени подготовленности:** Специалисты, дилетанты, смешанная.
- **По настрою:** Доброжелательная, нейтральная, негативная, агрессивная.
- **По размеру:** Малая группа, коллектив, массовая аудитория.
- **Типы слушателей:** **Активный** (вовлечен), **критик** (все подвергает сомнению), **равнодушный** (не заинтересован).

14. Доводы к этосу и пафосу (примеры)

- **Довод к этосу (к морали):** «Как честный человек и ответственный гражданин, я не могу молчать о этой проблеме». (Создание доверия к себе).
- **Довод к пафосу (к эмоциям):** «Представьте себе голодного ребенка, который смотрит на вас глазами, полными надежды. Мы не можем остаться в стороне!» (Вызов жалости и желания помочь).

15. Дискутивно-полемическая речь

- **Дискуссия** — обсуждение спорного вопроса с целью найти истину или компромисс. Спокойный тон, уважение к оппоненту.
- **Пolemика** — острый спор, где цель — не истина, а победа над противником, утверждение своей позиции.
- **Спор** — общее понятие для любого столкновения мнений.
- **Дебаты** — формализованный, ритуализированный спор по строгим правилам (например, парламентские дебаты).

16. Уловки в споре. Нарушение аргументации (примеры)

1. **Переход на личности (Argumentum ad hominem):** Атаковать не аргумент, а личность оппонента. *«Что вы можете понимать в экономике, вы же гуманитарий!»*



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2. **Ссылка на ложный авторитет (Argumentum ad verecundiam):** «Известный актер X считает, что эта вакцина опасна» (хотя актер не является врачом-вирусологом).
3. **Подмена тезиса (Ignoratio elenchi):** Уход от обсуждения основной темы. «Вы говорите о росте цен, но давайте вспомним, какие низкие пенсии были 20 лет назад!»
4. **Домысливание (Соломенное чучело):** Оппоненту приписывается ложный, легко опровергаемый аргумент, которого он не высказывал. «Мой оппонент предлагает закрыть все заводы, но это уничтожит экономику!» (хотя оппонент предлагал лишь модернизацию).
5. **Аргумент к невежеству (Argumentum ad ignorantiam):** «Этого не может быть, потому что никто не может этого доказать» (или наоборот).

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен по дисциплине в 6 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам ответа на экзамене.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Риторика медиа» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации направленности (профиля) «Медиапроизводство в креативных индустриях» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 19

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

– предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

– студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

– предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

– студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.