

Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина
Институт экономики и управления
Школа государственного управления и предпринимательства
Кафедра языков массовых коммуникаций

Контрольная работа и методические рекомендации по ее выполнению
дисциплины
«Основы профессиональной коммуникации»
для студентов заочного отделения специальности
«Реклама и связи с общественностью»

Екатеринбург
2020

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Культура письменного слова – важная составляющая профессиональной компетенции специалиста по рекламе и общественным связям. Умение стилистически правильно оформлять свои мысли, пользоваться всеми возможностями русского языка при подготовке материала в разных стилях, знать основные правила и приемы литературного редактирования, уметь подготовить текст к публикации, размещению в открытом информационном пространстве и др. необходимы для успешной профессиональной деятельности.

Целью выполнения студентом заданий контрольной работы является развитие навыков анализа и создания текстов публицистического стиля, а также практическое овладение основными правилами и приемами редактирования текстов.

Задачи контрольной работы: 1) способствовать развитию у студентов навыка анализа публицистического текста с точки зрения логической (концептуальной) и эмоционально-оценочной организации текста; 2) способствовать развитию у студентов навыка редактирования текстов и внесения корректурной правки; 3) способствовать развитию умения создавать самостоятельный текст на заданную тему; 4) повысить языковое чутье студентов.

Перед выполнением контрольной работы необходимо ознакомиться с нижеследующими методическими рекомендациями.

Контрольная работа состоит из 4-х заданий по темам, изучаемым в рамках данного курса.

В ЗАДАНИИ 1 предлагается сделать анализ смысловой и эмоционально-оценочной сторон публицистического текста по предложенному плану.

План анализа смысловой структуры текста

1. Составить схему смысловой структуры текста (тема, фон, главная мысль, констатирующие и развивающие тезисы, иллюстрации, аналитическая оценка).
2. Определить тип текста (аналитический, информационный, художественно-публицистический).
3. Определить тип композиции: логическая (прямая или инверсионная) или событийная.
4. Описать, какие способы изложения материала используются в тексте (концентрический, ступенчатый, исторический, аналогия).
5. Определить, к какому функциональному стилю относится текст; обосновать ответ.

Справка. Тема – предмет мысли (о чём текст?). Фон к цели сообщения даётся в начале текста. Главная мысль – положение, развиваемое в тексте (предмет (о чём?) + основной анализируемый признак предмета (что говорится о предмете?). Констатирующие тезисы – частные положения, развивающие главную мысль. Развивающие тезисы – положения, развивающие констатирующий тезис или предшествующий развивающий тезис. Иллюстрации – примеры к констатирующему или развивающему тезису. Аналитическая оценка – положение-вывод помещается в конце (прямая логическая

композиция) или в начале, а также в середине текста (инверсионная логическая композиция).

Способы изложения материала в тексте: исторический – расположение материала в хронологической последовательности; ступенчатый – расположение материала поэтапно, в иерархической последовательности; аналогия – расположение материала на основе сопоставления, сравнения; концентрический – расположение материала вокруг одного предмета изложения.

План анализа эмоционально-оценочной стороны текста

1. Показать, как выражена главная мысль текста (эксплицитно или имплицитно).
2. Описать, какие эмоциогенные ситуации моделируются для читателя (ситуация новизны, ситуация необычности, ситуация препятствия, ситуация конфликта мотиваций, ситуация заражения эмоцией, стрессовая ситуация). С помощью каких экспрессивных эффектов моделируются данные ситуации (эффект напряжения, эффект обманутого ожидания, эффект конвергенции).
3. Описать, какие композиционные приёмы используются для создания экспрессивных эффектов (перспекция, ретроспекция, дробная подача содержательного элемента, повтор содержательного элемента, ретардация, контраст, экспрессивный зачин, экспрессивная концовка, подтекст).
4. Описать, какие языковые средства используются для эмоционального воздействия на читателя (афоризмы, фразеологизмы, образные средства, риторические фигуры, книжная лексика, разговорная лексика).

Справка. Эмоциогенные ситуации, моделируемые для читателя: ситуация новизны возникает в результате сообщение о новом факте, к которому в процессе чтения возникает привыкание; ситуация необычности возникает в результате сообщение о новом факте, к которому в процессе чтения не возникает привыкания; ситуация препятствия возникает, когда желание в осуществлении действия наталкивается на препятствие, ситуация конфликта мотиваций возникает, когда два мотива действия мешают друг другу; ситуация заражения эмоцией возникает под влиянием чужой эмоции, например, сомнения, смеха, восторга и т.п.; стрессовая ситуация возникает под влиянием сильного внешнего воздействия, например, появляется чувство страха, гнева и т.п.

Эмоциогенные ситуации могут моделироваться в тексте посредством экспрессивных эффектов: эффекта напряжения (при чтении возникают вопросы к тексту, ответы на которые намеренно задерживаются – читатель оказывается в эмоциогенной ситуации препятствия); эффекта обманутого ожидания (у читателя формируется привыкание к определенному изложению, но ожидание не оправдывается – читатель оказывается в эмоциогенной ситуации новизны или неожиданности); эффекта конвергенции (подбираются одинаковые по эмоциональной окраске – позитивной или негативной – средства – читатель оказывается в ситуации заражения эмоцией).

Для создания экспрессивных эффектов используются композиционные приёмы (конструктивные приёмы): 1) экспрессивный зачин – выразительное начало (сентенция, слоган, ряд вопросов и т.п.); 2) экспрессивная концовка – (неожиданный вывод, необычная деталь в конце, по-новому освещающая событие, обрыв изложения и т.п.), 3) контраст – противопоставление по какому-либо признаку элементов текста; 4) подтекст – мысль выражается имплицитно, читатель сам делает вывод на основе прочитанного и своего опыта; 5) ретардация – замедление повествования с целью оттягивания развязки; 6) повтор

содержательного элемента – повторяются наиболее значимые детали с целью подчеркнуть наиболее важное в авторском замысле; 7) дробная подача содержательного элемента с целью выделения наиболее значимого для реализации авторской концепции; 8) проспекция – нарушение естественной последовательности изложения, забегание вперёд; ретроспекция – нарушение естественной последовательности изложения, отступление в прошлое.

В ЗАДАНИИ 2 предлагается найти дефекты, связанные с организацией смысловой и эмоционально-оценочной сторон текста, а также ошибки в языковом оформлении; осуществить правку текста, улучшая стиль изложения.

План редактирования текста

1. Описать смысловую организацию текста, составив его логическую схему. Определить, какие дефекты смысловой организации текста имеются в тексте (два предмета речи, фиктивный предмет речи, неясная главная мысль, незавершённый текст, нарушение логики изложения, нарушенное абзацное членение, недостаточная аргументация).
2. Сделать анализ эмоционально-оценочной стороны текста с точки зрения композиционной организации (какие приёмы используются для оказания эмоционального воздействия). Описать, какие дефекты эмоционально-оценочной организации имеются в тексте (неясность изложения из-за недостаточности фактических сведений, сложность восприятия из-за загромождения сведениями, неактуальными для развития главной мысли, нежелательный подтекст, неэтичные высказывания, ложная информация)
3. Сделать языковой анализ текста. Для этого нужно сделать копию текста и на поля вынести все языковые ошибки, используя корректурные знаки и следующие условные обозначения: Ст – стилистическая ошибка, Л – лексическая ошибка, Гр – грамматическая ошибка, Лог – логическая ошибка.
4. Представить исправленный вариант с учётом информации, имеющейся в ущербном тексте.

В ЗАДАНИИ 3 проверяется умение делать правку, используя корректурные знаки. Для этого необходимо сделать копию.

Основные корректурные знаки

Корректурный знак	Значение корректурного знака	Пример использования корректурного знака
	Вставить букву, слово, цифру	
	Вставить строку или несколько строк	
	Заменить прописную букву строчной	
	Заменить строчную букву прописной	
	Удалить буквы, слово, цифру	

	Заменить тире дефисом	
	Поменять местами соседние буквы или слова	
	Поменять местами группу слов в указанном порядке	
	Переставить строки в указанном порядке	
	Переставить слово из одной строки в другую	
	Увеличить пробел между словами, знаками	
	Уменьшить пробел между словами, знаками	
	Увеличить пробел между строками	
	Уменьшить пробел между строками	
	Сделать абзац	
	Набрать в подбор	
	Выключка по центру	
	Выделить курсивом	
	Выделить жирным шрифтом	

В ЗАДАНИИ 4 проверяется умение самостоятельно создавать рекламный текст на заданную тему. Объём – 150–200 слов.

Составитель: к.ф.н., доцент
Щетинина Анна Викторовна
anna-73.schetinina@yandex.ru

ЗАДАНИЕ 1

Сделайте анализ смысловой структуры текста по плану, предложенному в методических рекомендациях. Проанализируйте эмоционально-оценочную сторону текста по плану, предложенному в методических рекомендациях.

Дядя Вася и его «автобус»

Церковь Варвары Великомученицы (улица Варварка, 2), построенная в 1514 г. по проекту архитектора Алевиза Фрязина, сама по себе очень даже уютная. Особым, церковным уютом.

Сейчас даже и не верится, что в первые годы новой, советской власти, здесь тоже был уют. Однако иного плана. В храме (!) открыли частную закусочную. Ее превосходнейшее описание оставил В. Ардов: «На квадратной площадке (два метра на два) расположена была, с позволения сказать, кухня: на грубом столе стояла керосинка, а на ней подогревались поочередно две кастрюли. В одной кипятилась нарезанная толстыми ломтями вареная колбаса, во второй же кастрюле плавали – опять-таки в кипятке – свиные уши... Хозяин заведения сам присматривал за варевом, сам отвешивал на весах порции колбасы и ушей, сам выдавал посетителям круглые булочки, и по сей день именуемые ситничками» (разумеется, сейчас уже неименуемые. – Прим. авт.).

Владелец был человек известный. Звали его дядя Вася. Само же кафе называлось «автобусом» – исключительно в силу своей планировки. Зал был маленький и тесный. К одной двухметровой стене прикреплялась столешница. К другой – узенькая скамейка. Посетители сидели тесно, монолитно, плечом к плечу. Больше пяти человек при всем желании не помещалось. И если дальний посетитель, насладившись колбасой с ушами, вставал, чтобы покинуть помещение, выходить из-за стола, ясное дело, приходилось всем. Однако же народ не обижался, не роптал. Наоборот – ценил этот ритуал и почитал его за аттракцион.

Там же, в «автобусе», случилась встреча, поразившая В. Ардова до немыслимых глубин. С ним за одним столом вдруг оказался Михаил Климов, популярный в то время театральный актер. Мемуарист пояснял: «Удивление мое было велико еще и потому, что о Климове нам давно стало известно: оба его родителя работали всю жизнь как повара первой руки в ресторанах Петербурга. Да и сам Михаил Михайлович славился как гурман. Он изобрел несколько пикантных блюд; в ресторане при Центральном Доме актера и по сей день подают котлеты по-климовски (разумеется, сейчас уже не подают. – Прим. авт.). А тут, в «автобусе», он с аппетитом уписывал уши и назидательно пояснял сотрапезникам, как готовится такое лакомство. Оказывается, варить эти уши следует не менее двух суток, иначе не смягчатся хрящи, составляющие самый смак». Не совсем понятно, что шокировало нашего мемуариста больше: демократичные пристрастия актера Климова или же сами уши. Вероятно, все же уши. Тот факт, что все это происходило в церкви, воспринимался им как нечто само собой разумеющееся.

ЗАДАНИЕ 2

Найдите дефекты, связанные с организацией смысловой и эмоционально-оценочной сторон текста поста для сообщества ВКонтакте «Реклама и связи с общественностью», а также ошибки в языковом оформлении; проверьте информацию, изложенную в тексте, осуществите правку текста, улучшив стиль изложения. Оформите текст, используя невербальные средства выразительности. См. методические рекомендации.

8 ноября 2019 г. в Екатеринбурге состоялось главное событие года - второй Национальный рекламный форум. □

Доклады, воркшопы, коворкинги, панельные дискуссии с топ-представителями индустрии - это все Национальный рекламный форум! 📢

В этот день на площадке Синара центр собрались лучшие представители индустрии со всей страны. Днём обсуждались последние тенденции рекламного рынка, а ночью, в неформальной обстановке, участники делились и вдохновлялись шедеврами мировой рекламы. ⬆

Наши студенты 2 курса «РиСО» смогли принять участие в Национальном рекламном форуме! 😊 Они помогали в организации, направляли гостей, а также следили за проведением докладов.

В ЗАДАНИИ 3

*Распечатайте текст и внесите правку при помощи корректурных знаков.
Исправленный вариант текста записывать не надо (!).*

БЕСШВОВНОЕ ТЕЛЕ-ВИДЕНИЕ

зрителе все Таки придатльски отойти от экрана норовят Чаше Всего это происходит на титров фильмов и на рЕкламе. С научились боротся первым с помощью, так называемых, жатых титров: экран **делится пополам**, по одной полосе с привышением скоростимчатся фммилии создателей фильма а ,по второй, значительно медленнее двигается прома-ролик санонсом программы следующей. С рекламой сложнее.

— мы пытаемся создать безшовное теле-видение, что бы аудИтория неуходила с канала во время рекламы, — говорит Сергей Шанович (НТВ). — Если проморолик интересный, при чем да же более интересный чем- то, что до таго покАзывалось, от тока зрителей непроизходит, а, *наооооборот*, происходит преток. как сделать ролик превликательным? На разных каналах **используют** разные формы.

В ЗАДАНИИ 4.

Используя одно из изображений, создайте рекламный текст (150–200 слов) с включением в рассказ изобразительно-выразительных средств. Для разработки слогана воспользуйтесь приемом языковой игры.

