

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет іноземних мов
Кафедра англійської філології

Затверджено

на засіданні кафедри англійської філології
факультету іноземних мов

Львівського національного університету
імені Івана Франка

(протокол № 11 від 26 червня 2023 р.)

Завідувач кафедри проф. Білинський М. Е.



Силабус
із навчальної дисципліни
«Риторика медійної комунікації»,
що викладається в межах ОПП
«Англійська та друга іноземні мови і літератури»
другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів
зі спеціальності **035 Філологія**
за спеціалізацією **035.041 Германські мови та літератури**
(переклад включно), перша – англійська

Назва дисципліни	Риторика медійної комунікації
Адреса викладання дисципліни	Львівський національний університет імені Івана Франка, факультет іноземних мов, кафедра англійської філології, кім. 435, вул. Університетська, 1, 7900, м. Львів
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет іноземних мов Кафедра англійської філології
Галузь знань, шифр та назва спеціальності (спеціалізації)	Галузь знань 03 Гуманітарні науки, Спеціальність 035 Філологія, Спеціалізація 035.041 германські мови та літератури (переклад включно) – перша англійська
Викладач дисципліни	к.ф.н., доц. Оршинська Т.З.
Контактна інформація викладача	tetyana.orshynska@lnu.edu.ua orshyn@gmail.com
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	У день лекції за попередньою домовленістю викладача та студента
Сторінка дисципліни	https://lingua.lnu.edu.ua/035-hermanski-movy-ta-literatura-pereklad-vkliuchno-persha-anhliyska-anhliyska-ta-druha-inozemni-movy-i-literatura
Інформація про дисципліну	Курс розроблено з метою дослідження принципів та прийомів риторичного аналізу в контексті медійної комунікації. Студенти аналізують як створюються, передаються та інтерпретуються медійні меседжі і досліджують ключову роль риторики у формуванні людського сприйняття суспільного дискурсу та впливу на нього. Шляхом читання, аналізу, дискусій, виконання практичних завдань студенти формують навички критичного мислення та набувають вміння аналізувати медійні тексти з перспективи риторики.
Коротка анотація дисципліни	Дисципліна «Риторика медійної комунікації» є вибірковою дисципліною для освітньо-професійної програми «Англійська та друга іноземні мови і літератури» другого (магістерського) рівня вищої освіти, зі спеціальності 035 Філологія за спеціалізацією 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська, яка викладається в I семестрі навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі дисципліни	Мета курсу полягає у формуванні розуміння основних категорій класичної риторики таких, як етос, патос та логос; вмінні аналізувати риторичні стратегії, які застосовуються у медійній комунікації через різні медійні засоби, включаючи писемні, візуальні та мультимедійні форми; розвинути здатність аналізувати медійні меседжі, визначати приховані маніпулятивні тактики та засоби впливу на споживача медійної інформації; уміти ідентифікувати дезінформацію, фейкові новини та пропаганду і розуміти, яким чином такі явища формують громадську думку. Курс покликаний заохотити студентів застосовувати принципи риторики у власній комунікації, створювати переконливі презентації, писати публіцистичні твори, проголошувати публічні промови; допомогти студентам стати більш вимогливими споживачами інформації, сформувати у них навички медійної грамотності, щоб розуміти та ефективно взаємодіяти з маніпулятивними меседжами сучасного

інформаційного світу.

Завдання: Сформувати медійну компетенцію студентів, дати слухачам розуміння різноманітності способів і методів, за допомогою яких відбувається вплив на споживачів медійної інформації, проводити риторичний аналіз публіцистичних текстів, закласти основи медійної грамотності та виробити уміння ефективно взаємодіяти у сучасному медійному середовищі.

Література для вивчення дисципліни

Базова література

1. Borchers, Timothy A. *Persuasion in the media age*. Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc, 2013.
2. Clow K. Ваack D. *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication (7th edition)*. Pearson, 2021.
3. Doheni-Farina, Stephen. *Rhetoric, Innovation, Technology: Case Studies of Technical Communication in Technology Transfer*. - MIT Press, 1992.
4. Jamieson, Kathleen Hall. *Eloquence in an electronic age: The transformation of political speechmaking*. Oxford: Oxford University Press, 1988.
5. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we Live by*. – London: The University of Chicago Press, 2003.
6. *Media Rhetoric: How Advertising and Digital Media Influence Us*/Ed.by Samuel Mateus. – Cambridge Scholar Publishing, 2021.

Додаткова література

1. Page R., Barton D. *Researching Language and Social Media: A Student Guide*. – Routledge, 2014.
2. *Political Discourse in the Media: Cross-cultural perspectives*/Ed. by Fetzer A. and Lauerbach G.E. – John Benjamins Publishing Company, 2007.
3. Richard M. Perloff. *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. – Routledge, 2020.
4. Thompson, Gary. *Rhetoric through Media/ College Composition and Communication* 49, no. 1 (February 1998): 119. <http://dx.doi.org/10.2307/358578>
5. Walton, Douglas N. *Media argumentation: Dialectic, persuasion, and rhetoric*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
6. Абрамович С. Д., Чікарьова М.О. *Риторика*. – Львів: Світ, 2001.
7. Борг, Дж., *Мистецтво говорити: Курс практичного спілкування*. – Харків: Фабула, 2019.
8. Колотілова Н.А. *Риторика*. Навчальний посібник – К. 2011. - http://libfree.com/109333221-ritorikaritorika_kolotilova_na.html

Інтернет-ресурси

1. Martin Luther King. I have a dream. https://www.youtube.com/watch?v=vP4iY1TtS3s&ab_channel=RAREFACTS
2. Barak Obama's inspirational speech.

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=PGUdWfB8nLg&ab_channel=EnglishMotivationalVideos</p> <p>3. Joe Biden on US troops withdrawal from Afghanistan https://www.youtube.com/watch?v=un1CcbbruZ0&ab_channel=CNN</p> <p>4. Manipulation in Advertising: https://medium.com/illumination/the-top-5-manipulative-advertising-tactics-used-by-big-business-3828361a54d1</p> <p>5. George Carlin: Euphemisms and Political Correctness https://www.youtube.com/watch?v=YaoqBdyCFEY&ab_channel=HeraldInstituteMedia</p>
<p>Обсяг курсу та його тривалість</p>	<p>3 кредити ЄКТС 90 годин, з них: 32 години аудиторних занять, з них 16 годин лекцій та 16 годин практичних занять та 58 годин самостійної роботи</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>У результаті вивчення цього курсу студент повинен:</p> <p>Знати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи риторики та особливості процесу переконання: риторика надає інструменти та прийоми, які можна використовувати для створення промови з великою силою впливу. 2. Роль експресивних, емоційних, логічних засобів мови для досягнення запланованого прагматичного результату, насамперед переконання, у різних медійних типах. 3. Основні засоби дезінформації, пропаганди та маніпуляції, що застосовуються у медійному дискурсі та розуміти їх вплив на формування громадської думки. 4. Комунікативні стратегії та принципи побудови переконливої публічної промови, презентації тощо. <p>Вміти:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оперувати основними поняттями класичної риторики, а саме: логос, етос, патос; робити риторичний аналіз тексту. 2. Аналізувати використання риторичних стратегій у різних типах медій, включаючи писемні, візуальні та мультимедійні. 3. Визначати приховані маніпулятивні тактики, дезінформацію та пропаганду медійних меседжів, розуміти їх природу та вплив на формування суспільних думок та переконань. 4. Застосовувати на практиці отримані знання у конкретних ситуаціях медійного спілкування, володіти навичками створення переконливих текстів, есе, публічних промов, презентацій. 4. Володіти ораторською майстерністю, мати високий рівень логічної аргументованості та емоційної забарвленості виступів, досягти професіоналізму у цій сфері. <p>Після вивчення курсу «Риторика медійної комунікації» у здобувачів додатково сформуються такі загальні та фахові компетентності:</p> <p>Здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел. Здатність до абстрактного та аналітичного мислення й генерування ідей; Розуміння предмету, об'єкту та завдання спецкурсу, його зв'язок з іншими галузями філологічних наук; Здатність до фахового аналізу світових медій та вміння бачити дезінформацію, пропаганду та маніпулятивний характер медійних повідомлень; Володіння нормами культури мови та риторики у практиці презентацій та публічних промов, уміння ефективно спілкуватися у соціальних мережах та віртуальному середовищі. Здатність вести ефективну медійну комунікацію, уміння створювати якісний інформаційний продукт, використовуючи різні медіаплатформи.</p>

	У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен досягти таких результатів навчання: Системно і критично аналізувати текст і контекст сучасних світових та українських медіа.
Ключові слова	Риторика, етос, патос, логос, переконання, маніпулятивний вплив, риторичні стратегії, медійний дискурс, медійна грамотність, публічна промова, ораторська майстерність.
Формат курсу	Змішаний
	Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння навчального матеріалу
Теми	Див. СХЕМИ КУРСУ
Підсумковий контроль, форма	Залік у першому семестрі комбінований
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з англійської мови на рівні B2, що відповідає Загальноєвропейським Рекомендаціям з мовної освіти; знати основи теорії комунікації, основи психології, культурології, ораторського мистецтва.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Комбіноване заняття з використанням різних форм мовленнєвої діяльності (лекція, презентація, колаборативне навчання, індивідуальна робота, робота в групі/парі, дискусія)
Необхідне обладнання	Комп'ютер, маркерна дошка, проєктор
Критерії оцінювання	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за таким співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> • індивідуальне завдання (презентація): 10% семестрової оцінки; максимальна кількість балів - 10; • індивідуальне завдання (промова): 10% семестрової оцінки; максимальна кількість балів - 10; • активність під час практичних занять: 20% семестрової оцінки; максимальна кількість балів - 20; • відвідування лекцій: 10% семестрової оцінки; максимальна кількість балів - 10; • іспит/залік: 50% семестрової оцінки. Максимальна кількість балів - <u>50</u>. <p>Підсумкова максимальна кількість балів - 100.</p> <p>Письмові роботи: Очікується, що студенти виконують декілька видів письмових робіт (есе, реферування, рецензія, доповідь). Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання у роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні,</p>

	самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.												
Питання до заліку	<ol style="list-style-type: none"> 1) Aristotle's modes of persuasion in rhetoric. 2) The principles of rhetorical analysis. 3) Figurative language and stylistic devices used in media discourse. 4) Self-presentation strategies in political speeches/interviews. 5) Self-presentation strategies on social media. 5) Language and identity on social media. 6) Word formation strategies in creating nicknames on Instagram. 7) Political metaphor: cognitive point of view. 8) Euphemisms as a means of creating doublespeak in politics. 9) Manipulation in advertising. 10) Stylistic devices used in advertising slogans. 11) Word formation strategies in brand naming. 12) Visual rhetoric and the way it contributes to persuasive communication. 13) Elements of public speaking and presentation skills. 14) Nonverbal communication: types and functions. 15) Abbreviations and acronyms used in electronic communication. 16) Types and features of electronic communication. 17) Pictograms and ideograms in advertising. 18) Creative use of vocabulary in advertising. 												
Опитування	<p>Анкета-опитування з метою оцінювання якості курсу</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>What did you like/dislike? Was it encouraging / discouraging? Was it interesting/boring?</th> <th>How did you benefit from the course? Was it useful/useless?</th> <th>Recommendations</th> <th>Criticism</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	What did you like/dislike? Was it encouraging / discouraging? Was it interesting/boring?	How did you benefit from the course? Was it useful/useless?	Recommendations	Criticism								
What did you like/dislike? Was it encouraging / discouraging? Was it interesting/boring?	How did you benefit from the course? Was it useful/useless?	Recommendations	Criticism										

Схеми курсу

Тиж.	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література.*** Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1	Aristotle's modes of persuasion in rhetoric. Ethos, pathos and logos in	Лекція, відео-презентація	<i>Див. список літератури</i>	Прочитати статтю	Впродовж семестру

2	media communication. Understanding rhetoric: rhetorical analysis principles.	Лекція, обговорення, групова робота	<i>Див. список літератури</i>	Підготуватися до практичної
3	Figurative language and stylistic devices used in media discourse.	Лекція, дискусія, групова робота	<i>Див. список літератури</i>	Повторити матеріал зі стилістики
4	Metaphor in politics: cognitive point of view.	Обговорення прочитаного, дискусія, презентація	<i>Див. список літератури</i>	Прочитати статтю
5	Self-presentation strategies in political speeches/interviews.	Самостійна робота	<i>Див. список літератури</i>	Презентація з подальшим обговоренням
6	Doublespeak and political correctness and the role of euphemisms in political rhetoric.	Лекція, відео-презентація	<i>Див. список літератури</i>	Підготуватися до практичного заняття
7	Manipulation in advertising. The 5 top manipulative tactics. Language of advertising.	Інтерактивне заняття, обговорення, дискусія.	<i>Див. список літератури</i>	Підготуватися до практичного заняття
8	Creative use of vocabulary in advertising slogans. Word formation	Самостійна робота	<i>Див. список літератури</i>	Презентація

9	strategies in brand naming. Visual rhetoric: pictograms and ideograms in advertising.	Лекція	<i>Див. список літератури</i>	Прочитати статтю, підготуватися до обговорення
10	Types and features of electronic communication. Abbreviations and acronyms used in electronic communication.	Відео-презентація, обговорення, дискусія	<i>Див. список літератури</i>	Написати есе
11	Nonverbal communication: types and functions.	Інтерактивне заняття, обговорення, дискусія.	<i>Див. список літератури</i>	Прочитати статтю, підібрати приклади
12	Creating effective communication. Public speaking and presentation skills.	Лекція	<i>Див. список літератури</i>	Підготувати презентацію-представлення
13	Media literacy skills. Identifying misinformation, fake news and propaganda in media.	Практичне заняття	<i>Див. список літератури</i>	Підготуватися до практичного заняття
14 15	Students' projects and presentations.	Презентація індивідуальних та групових проєктів з подальшим		Презентація Презентація

16	Students' projects and presentations. Summarising and assessment	обговоренням та рецензування		Підготуватися до усного опитування	
----	--	------------------------------	--	------------------------------------	--