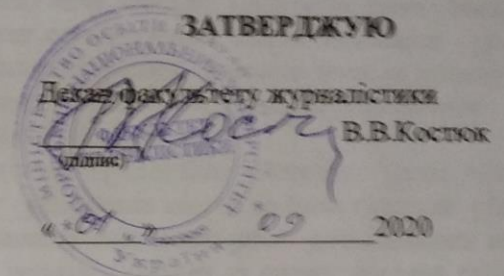


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ



ЛОГІЧНА КУЛЬТУРА РЕКЛАМІСТА
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки першого освітнього ступеня (бакалавр)
(назва освітнього ступеня)

спеціальності 061 журналістика
(шифр, назва спеціальності)

освітньо-професійна програма реклама і зв'язки із громадськістю

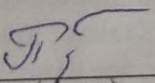
Укладач: **Тяпкіна Наталія Іванівна, к.філол.н., доцент**
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри видавничої
справи та редагування


Протокол №1 від "28" серпня 2020 р.
Завідувач кафедри видавничої справи
та редагування

Ухвалено науково-методичною радою
факультету журналістики

Протокол №1 від "28" серпня 2020 р.
Голова науково-методичної ради
факультету журналістики


(підпис)

Т.М.Плеханова
(ініціали, прізвище)


(підпис)

Н.В. Романюк
(ініціал, прізвище)

2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів - 3	Галузь знань <u>06 – Журналістика</u> (шифр і назва)	Дисципліна вільного вибору студента Цикл професійної підготовки
	Спеціальність <u>061 – «Журналістика»</u> (шифр і назва)	
Розділів – 2	Освітньо-професійна програма <u>Реклама і зв'язки із громадськістю</u>	Рік підготовки:
		4
		Семестр
Загальна кількість годин – 90		7-й
		Лекції
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента - 6	Рівень вищої освіти: бакалаврський	10 год.
		Практичні
		20 год.
		Самостійна робота
		60 год.
		Вид підсумкового контролю: залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – ознайомити студентів із загальнотеоретичними та практичними питаннями логічної культури людини, оволодіння логічними методами аналізу тексту, що ґрунтуються на усвідомленні основних законів логіки, правил визначення та класифікації, а також засвоєння теоретичних аспектів розуміння форм мислення (поняття, судження та умовивод) та удосконалення мисленнєвих навиків, зокрема здатності узагальнювати, абстрагувати, виявляти головне тощо.

Завдання навчальної дисципліни «Логічна культура рекламіста»:

- навчити створювати логічний рекламний текст;
- забезпечити оволодіння студентами методами логічного аналізу тексту, прийомами і засобами виявлення логічних помилок;
- закріпити усвідомлення принципів творення понять, суджень та умовиводів;
- розкрити причини виникнення логічних помилок у медійних текстах.

Студент повинен знати:

- теоретичні засади логіки;
- основні терміни і визначення;
- вимоги до логічно вибудованого тексту;
- методи та прийоми усунення логічних помилок.

Студент повинен уміти:

- систематизовувати і професійно опрацьовувати спеціальну літературу з теми логічного аналізу тексту;
- володіти технікою правки, виявляти та усувати логічні помилки;
- бачити логічні вади на рівні понять, суджень, умовиводів,
- на практиці реалізовувати набуті знання з цього курсу;
- знати типи логічних помилок, що трапляються в рекламних текстах.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

- загальні: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; здатність вільно володіти українською мовою в усіх сферах життя і зокрема у професійній сфері; здатність опановувати знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність; здатність до критики й самокритики; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

- спеціальні: здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій до своєї професійної діяльності; здатність організовувати і проводити професійну діяльність у сфері соціальних комунікацій; здатність використовувати знання з української мови як державної у професійній сфері; здатність формувати інформаційний контент.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс «Логічна культура рекламіста» синтезує знання з цілої низки інших курсів. Так при вивченні понять, суджень, умовиводів студенти повинні розуміти сутність та природу мисленнєвих процесів. Ці питання у повному обсязі розглядаються при вивченні курсу «Теорія масової інформації» у темі «Психологічні основи інформаційної діяльності», а також у курсах «Лінгвістичні основи соціальних комунікацій» та «Українська мова у професійному спілкуванні», зокрема при використанні логіко-граматичного підходу при вивченні синтаксису. Курс «Логічна культура рекламіста» також пов'язаний із дисциплінами «Філософія», «Психологія», «Вступ до фаху».

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1

Складники логічної культури рекламіста

Тема 1. Значення логіки у практичній діяльності рекламіста. Предмет і завдання дисципліни «Логічна культура рекламіста». Логосфера. Логічна культура суспільства та особистості, чинники її формування. Написання ефективних текстів. Поняття логічної помилки. Причини виникнення логічних помилок. Поняття логічної норми редагування. Логічний аналіз тексту, його складники.

Тема 2. Дотримання законів логіки в медіа. Суть законів логіки. Закон тотожності. Особливості реалізації закону тотожності в медіа. Закон суперечностей. Використання суперечностей як засобу увиразнення рекламного тексту. Реалізація закону суперечностей в медіа. Закон виключення третього. Закон достатнього обґрунтування. Умови дотримання закону достатнього обґрунтування. Реалізація законів логіки в медійних текстах. Труднощі комплексного застосування законів логіки.

Тема 3. Точність понять, суджень, класифікації. Поняття. Поняття та слово. Логічна структура понять. Зміст та обсяг понять. Види понять. Відношення між поняттями. Узагальнення понять. Визначення понять. Класифікація. Види класифікації. Природа суджень. Судження та речення. Судження та питання. Структура суджень. Види суджень. Відношення між судженнями.

Тема 4. Правильність логічного висновку. Індукція. Суть індукції. Достовірність індуктивного узагальнення. Види індукції. Майстерність індуктивного умовиводу в рекламі. Дедукція. Структура дедуктивного висновку. Форми дедукції в рекламі. Функції дедукції в рекламі. Рівень достовірності дедуктивного висновку. Аналогія. Види аналогії в рекламі. Недоліки висновків за аналогією. Порівняння. Ефективність порівняння. Моделювання. Гіпотеза. Прогноз. Встановлення причиново-наслідкових зв'язків. Методи встановлення причин.

Розділ 2

Майстерність доведення та спростування у ЗМІ

Тема 5. Доведення. Спростування. Визначення та сутність доведення. Структура доведення. Вимоги логіки до тези, аргументу та демонстрації. Види доведень. Типові помилки доведень. Суть поняття «спростування». Способи спростувань в рекламі.

Тема 6. Дотримання вимог логіки при проведенні дискусії та полеміки у ЗМІ. Дискусія як колективний пошук істини. Правила проведення дискусії у ЗМІ. Суспільні дискусії. Структура дискусійного виступу. Природа полеміки. Логічна структура полеміки. Помилки в дискусії та полеміці.

Тема 7. Теорія аргументації. Емпіричні аргументи. Теоретичні аргументи. Коректна, некоректна суперечка. Різновиди суперечок. Загальні вимоги до суперечок. Суперечки у засобах масової інформації.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	усього	у тому числі			
		л	пр.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6
Розділ 1. Складники логічної культури рекламіста					
Тема 1. Значення логіки у практичній діяльності рекламіста	8	2			6
Тема 2. Дотримання законів логіки в медіа	12	2	2		8
Тема 3. Точність понять, суджень, класифікації	14		6		8
Тема 4. Правильність логічного висновку	14	2	4		8
Разом за розділом 1	48	6	12		30
Розділ 2. Майстерність доведення та спростування у ЗМІ					
Тема 5. Доведення. Спростування	14	2	2		10
Тема 6. Дотримання вимог логіки при проведенні дискусії та полеміки у ЗМІ	12		2		10
Тема 7. Теорія аргументації	16	2	4		10
Разом за розділом 2	42	4	8		30
<i>Усього годин</i>	90	10	20		60

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Значення логіки у практичній діяльності рекламіста	2
2	Дотримання законів логіки в медіа	2
3	Правильність логічного висновку	2
4	Доведення. Спростування	2
5	Теорія аргументації	2
Разом		10

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Дотримання законів логіки в медіа	2

2	Точність понять, суджень, класифікації	6
3	Правильність логічного висновку	4
4	Доведення. Спростування	2
5	Дотримання вимог логіки при проведенні дискусії та полеміки у ЗМІ	2
6	Теорія аргументації	4
Разом		20

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Значення логіки у практичній діяльності рекламіста	6
2	Дотримання законів логіки в медіа	8
3	Точність понять, суджень, класифікації	8
4	Правильність логічного висновку	8
5	Доведення. Спростування	10
6	Дотримання вимог логіки при проведенні дискусії та полеміки у ЗМІ	10
7	Теорія аргументації	10
Разом		60

Індивідуальне практичне завдання

Використовуючи знання, набуті у результаті вивчення дисципліни «Логічна культура рекламіста», студенти повинні розуміти чинники творення ефективного тексту, що пов'язується з дотриманням (чи порушенням задля підвищення ефективності тексту) логіки його викладу. Для демонстрації умінь. Студенти повинні створювати власні тексти та здійснювати логічний аналіз запропонованих текстів. Підготовка індивідуального завдання буде здійснюватися у два етапи:

1. Аналіз власних текстів (**10 балів**):
2. Логічний аналіз запропонованого тексту (**10 балів**).

Всього – **20 балів**.

8. Види контролю і система накопичення балів

У межах кожного контрольного розділу студент має засвоїти 1 тематичний розділ і має можливість набрати 30 балів за теоретичні знання та їхнє застосування на практиці

Максимальна кількість балів за залік – 20 б., який проводиться в **усній формі** з обов'язковою письмовою фіксацією відповіді та дати проведення, а також за підписом студента.

Підсумкова оцінка з дисципліни формується із загальної кількості набраних балів за результатами поточного контролю, індивідуального практичного завдання та заліку (див. таблиця).

Таблиця

	Вид контрольного заходу / кількість контрольних заходів / кількість балів	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
1	Самостійне проходження тестування у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ	2	5	10
2	Підготовка до практичних занять	10	3	30

3	Контрольне тестування за результатами вивчення матеріалу <i>Розділу I</i>	1	10	10
4	Контрольне тестування за результатами вивчення матеріалу <i>Розділу II</i>	1	10	10
5	Підсумковий контроль			
	Усне опитування за вивченим матеріалом курсу	1	10	10
	Підсумкове тестування	1	10	10
	Індивідуальне практичне завдання, здане й захищене до екзамену	4	5	20
Усього		20		100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою
		залік
A	90 – 100 (відмінно)	зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	зараховано
C	75 – 84 (добре)	
D	70 – 74 (задовільно)	зараховано
E	60 – 69 (достатньо)	
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	незараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)	

9. Рекомендована література

Основна:

1. Жеребкін В.Є. Логіка. Харків : Основа. К. : Знання, 1998. 256 с.
2. Зелінська Н. В. Логічна культура медіапродукту: "риторичне запитання, яке потребує негайної відповіді" / Н. В. Зелінська // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. 2015. - № 1. С. 21-29. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzck_2015_1_5.
3. Ивин А.А. Логика для журналистов. Москва : Аспект, 2002. 224 с.
4. Пасько Я.І., Білецький В.В., Савенкова М.Є., Бурега В.В. Логіка : навчально-методичний посібник / Заг.ред. Бурега В.В. Донецьк : ДонДДУ, 2004
5. Свинцов В.И. Логика: Учеб. для вузов. М.: Высш. шк., 1987. 287 с.

6. Солодка Л. І. Логіка. Методи логічного аналізу тексту : навчальний посібник. Черкаси : Брама-Україна, 2011. 68 с.
7. Тертычный А.А. Логическая культура журналиста: учебное пособие для вузов. Москва : ВК. – 2006. 404 с.

Додаткова:

1. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка. Ментальне действия. Москва : Прогресс, 1993. 365 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва : Наука, 1981. 287 с.
3. Кохан Я. Українські аналітики і наукова коректність. К.: Смолоскип, 2001. 200 с.
4. Крупа М. Лінгвістичний аналіз художнього тексту. Тернопіль : Підручники і посібники, 2005. 416 с.
5. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. Москва : Просвещение, 1988. 191 с.
6. Маслов Ю.С. Теория дедуктивных систем и ее применение. Москва : Радио и связь, 1986. 136 с.
7. Партико З. Загальне редагування : навчальний посібник / З. Партико. Львів : ВФ Афіша 2006. 416 с.
8. Порпуліт О. Редакторський практикум : навчальний посібник. Одеса : Чорномор'я. 2009. – 240 с.
9. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС 2004. 312 с.
10. Препотенська М. Логосфера: бар'єри креативності. *Вісник НТУУ "КПІ"*. 2011. №2 С. 141-144.
11. Свинцов В.И. Смысловый анализ и обработка текста. М.: Изд-во МГУ, 1970. 213 с.
12. Скуленко М. Аргументація в журналістиці. *Журналіст України*. 2008. №10. С. 28-32.
13. Цапок О. Логічні помилки в мові сучасних українських газет. *Мовознавчий вісник : Зб. наук. пр.* Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. Черкаси : Брама-Україна. 2007. Вип. 4. С. 224-231.

Інформаційні ресурси

1. Немец Г.Н. К вопросу о логическом методе в эссеистике // <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-logicheskom-metode-v-esseistike>
2. Партико З.В.. Автоматизація контролю логічних норм редагування // <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1255>
3. Свинцов В. Логическая культура личности и общества // http://ecsocman.hse.ru/data/955/452/1217/012_Vitalij_SVINTsOV.pdf
4. Шапиро Н.А. Секреты редактирования текста http://il.rsuh.ru/docsllsh/Shapiro_2006.pdf