

ИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Институт филологии и журналистики



Рабочая программа дисциплины
Речь как средство воздействия

Направление подготовки магистратуры
45.04.01 Филология

Профиль подготовки магистратуры
Русский язык как родной и иностранный

Квалификация выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная

Саратов,
2021

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Т.А. Милёхина		23.03.21
Председатель НМК	В.В. Прозоров		23.03.21
Заведующий кафедрой	А.Н. Байкулова		23.03.21

1. Цели освоения дисциплины:

формирование у будущих магистров целостного представления о средствах речевого воздействия и их роли в современном общении.

Задачи:

- изучить способы и средства речевого воздействия, уяснить зависимость их применения от параметров речевой ситуации, коммуникативных позиций говорящих;
- получить представление о приёмах манипуляции, скрытых формах речевого воздействия и способах противостояния им;
- ознакомиться с основными стратегиями и тактиками речевого воздействия в аспекте целесообразности их применения в условиях разных видов общения, различных речевых жанров, монологической и диалогической речи.

Достижение перечисленных задач и усвоение программы происходит в ходе лекционных и практических занятий, самостоятельной работы.

Для освоения дисциплины привлекаются современные учебники, новейшие теоретические исследования по речевому воздействию, интернет-ресурсы.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина (Б1.0.09) входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» ООП по направлению подготовки 45.04.01 Филология, профиль «Русский язык как родной и иностранный».

Место дисциплины в структуре ООП определяется тем, что её изучение связано с рядом дисциплин, которые читаются в магистратуре, как, например, «Специфика устной и письменной речи», «Актуальные проблемы изучения фонетической и лексической систем русского языка», «Актуальные проблемы изучения грамматической системы русского языка». Изучение курса «Речь как средство воздействия» предшествует дисциплине «Риторика» в 3 семестре.

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	1.1_М.УК-4. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.). 1.2_М.УК-4. Представляет	<i>Знать:</i> способы и средства эффективного речевого воздействия в соотношении с видами и функциями общения; коммуникативные стратегии и тактики русской речи; национальные особенности речевого поведения.

	<p>результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.</p> <p>1.3_М.УК-4. Владеет жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия.</p> <p>1.4_М.УК-4. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.</p> <p>1.5_Б.УК-4. Демонстрирует интегративные умения выполнять разные типы перевода академического текста с иностранного (-ых) на государственный язык в профессиональных целях. Умеет использовать сеть интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации</p>	<p><i>Уметь:</i> осуществлять выбор оптимальных стратегий и тактик с учётом своеобразия личности собеседника или аудитории и характера коммуникативной ситуации; использовать различные средства речевого воздействия в устной и письменной речи; применять все полученные в процессе освоения курса компетенции на практике.</p> <p><i>Владеть:</i> разными способами речевого воздействия; навыками бесконфликтного общения; способами защиты от различных форм манипулятивного воздействия.</p>
<p>ОПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности, в том числе в педагогической, широкий спектр коммуникативных стратегий и тактик, риторических и стилистических приемов, принятых в разных сферах коммуникации</p>	<p>1.1_М.ОПК-1. Осуществляет профессиональную коммуникацию в научной, педагогической и других видах филологической деятельности.</p> <p>2.1_М.ОПК-1. Знает законы риторики и применяет их в профессиональной, в том числе в педагогической, деятельности.</p> <p>3.1_М.ОПК-1. Свободно</p>	<p><i>Знать:</i> коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические, языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникации;</p> <p><i>Уметь:</i> применять полученные знания в учебно-практической, научно-исследовательской и педагогической деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью к</p>

	<p>дифференцирует регистры и жанры речи для осуществления профессиональной, в том числе педагогической, деятельности.</p> <p>4.1_М.ОПК-1. Свободно использует стилистические и языковые нормы и приемы в различных видах устной и письменной коммуникации.</p>	<p>коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>
--	---	---

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			КСР	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекции	практические занятия			
					Общая трудоемкость	из них практическая подготовка		
	Тема 1. Речевое воздействие: определение понятия. Виды и способы речевого воздействия.	2	1	2	1		5	Реферат
	Тема 2. Аспекты речевого воздействия. Невербальные средства воздействия на собеседника.	2	2	2	1		3	
	Тема 3. Вербальное речевое воздействие. Комплексные приёмы оказания воздействия на собеседника.	2	3	2	1		3	Анализ комплексных приёмов воздействия.
	Тема 4. Языковые средства речевого воздействия. Средства	2	4	2	1		5	Тропы и риторические фигуры

	выразительности. Тропы и фигуры речи.							текстах рекламы
	Тема 5. Графические средства воздействия. Фоносемантика.	2	5	2	1		5	
	Тема 6. Лексические приёмы речевого воздействия. Языковые афоризмы и способы их трансформации.	2	6	2	1		5	Кейс-задача
	Тема 7. Креативный потенциал русской грамматики.	2	7	2	1		5	Тест
	Тема 8. Когнитивные механизмы речевого воздействия. Речевые стратегии и тактики.	2	8	2	1		5	Анализ средств воздействия в публицистических и рекламных текстах, телепередачах.
	Тема 9. Специфика манипулятивного речевого воздействия. Распознавание и защита от манипулирования.	2	9	2	1		5	
	Тема 10. Особенности речевого воздействия в официальном и неофициальном, межличностном и представительском общении.	2	10	2	1		5	Контрольная работа
	Тема 11. Особенности воздействия в разных речевых жанрах.	2	11	2	1		5	
	Тема 12. Речевое воздействие в СМИ. Особенности массмедийного дискурса.	2	12	2	1		5	
	Тема 13. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе.	2	13	2	1		5	Анализ рекламных текстов.
	Тема 14. Национальные особенности общения и характер речевого воздействия.	2	14	2	1		5	
	Промежуточная аттестация - 36 ч.	3					36	Экзамен
	Итого			28	14		66	
Общая трудоёмкость дисциплины				144ч.				

Содержание дисциплины

Тема 1. Речевое воздействие: определение понятия. Виды и способы речевого воздействия.

Различные подходы к определению речевого воздействия. Виды речевого воздействия: убеждение, внушение, влияние, манипуляция, мистификация. Способы речевого воздействия: доказывание, уговаривание, клянчение, приказ, просьба, принуждение. Речевое воздействие и феномен лидерства.

Тема 2. Аспекты речевого воздействия. Невербальные средства воздействия на собеседника.

Влияние на собеседника в процессе коммуникации: расстояние общения, внешний вид, жестикация, мимика, улыбка, взгляд, голос. Визуальный образ собеседника в режиме онлайн. Корпоративный, персональный и территориальный виртуальный образ. Особенности дистанционного формата общения.

Тема 3. Вербальное речевое воздействие. Комплексные приёмы оказания воздействия на собеседника.

Комплимент, «положительное именование», контраст, «попугай», «солидарность», скрытая угроза, банальные истины, или трюизмы, альтернатива, указание на авторитет, цитаты и мнимые цитаты, воспроизведение чужой речи с невербальным сопровождением, мнимые оговорки. Правила, помогающие убеждать. Распознавание логических и психологических уловок.

Тема 4. Языковые средства речевого воздействия. Средства выразительности. Тропы и фигуры речи.

Специальные художественно-риторические приёмы, привлекающие внимание к высказыванию и делающие его экспрессивным. Тропы – обороты речи, употребление слова или выражения в переносном значении: сравнение, эпитет, метафора, метонимия, перифраза, гипербола, литота, ирония. Риторические фигуры: анафора, повтор, эпифора, синтаксический параллелизм, антитеза, инверсия, парцелляция, риторический вопрос, парадокс, намёк, цитирование.

Тема 5. Графические средства воздействия. Фоносемантика.

Использование метаграфемки и её разновидностей: супраграфемки (выбора шрифтовых гарнитур, средств шрифтового выделения – курсива, подчёркивания, разрядки, использования заглавных букв, варьирования насыщенности и размера шрифта), и топографемки (способов размещения печатного текста на плоскости). Использование цифровых и символьных обозначений, нетрадиционного написания слов, латиницы, кириллицы, написания иностранных слов. Квазимузыкальное воздействие повторяющихся звуков и звуковых комплексов (аллитерация, анонс). Ритмизация и рифмованные высказывания. Символизация буквы, слова, строки, текста.

Тема 6. Лексические приёмы речевого воздействия. Языковые афоризмы и способы их трансформации.

Использование синонимов, антонимов, паронимов, многозначных слов, окказионализмов, потенциализмов в целях речевого воздействия. Жаргонная, просторечная, разговорная, книжная, обценная лексика и её воздействующий потенциал. Фразеология, языковые афоризмы (поговорки, пословицы, крылатые слова, цитаты). Типы трансформации и функции реализации. Внутренняя форма, ложное этимологизирование. Стилистическое использование лексических микросистем. Парономазия, плеоназм, мейозис, оксюморон, антифразис, антономасия, синекдоха, литота.

Тема 7. Креативный потенциал русской грамматики.

Морфологические ресурсы языка, обеспечивающие креативный потенциал грамматики. Неузусальные грамматические формы, неправильности, нестандартные синтаксические связи глагола, комбинаторики. Грамматические ряды, контрасты. Грамматические оппозиция в рамках отдельного высказывания. Повтор одного слова в разных падежных формах – полиптонон. Комбинаторика грамматических и неграмматических компонентов. Грамматический символизм. Метаязыковая рефлексия. Солецизмы.

Тема 8. Когнитивные механизмы речевого воздействия. Речевые стратегии и тактики.

Речевые стратегии и тактики, их типы. Представление о речевой стратегии и различные теории речевого общения. Типология речевых стратегий. Семантический, прагматический и диалоговый тип речевых стратегий. Коммуникативные тактики русской речи. Базовые стратегии интерпретации действительности. Стратегия интенсификации, стратегия приуменьшения, стратегия модификации мира адресата, стратегия компликации, стратегия редукционизма. Имиджевые и статусно-ролевые стратегии. Приёмы скрытого воздействия. Понятие пресуппозиции. Приёмы ввода имплицитной информации.

Тема 9. Специфика манипулятивного речевого воздействия. Распознавание и защита от манипулирования.

Понятие и механизмы манипуляции. Манипулятивные тактики: тактика манипуляции на чувствах и потребностях, тактика манипулятивной подачи информации, тактика демагогии. Объект и субъект манипуляции. Личность манипулятора, типы манипуляторов. Наиболее распространённые мишени манипуляции. Психологическая основа защиты от манипулирования. Пассивная и активная защита.

Тема 10. Особенности речевого воздействия в официальном и неофициальном, межличностном и представительском общении.

Речевое воздействие в публичной речи. Риторические традиции. Разные способы аргументации, выбор схемы расположения в речи в зависимости от характера аудитории. Учёт особенностей аудитории, её планирование. Вербальные и невербальные средства воздействия в публичной речи. Внешний вид оратора. Анализ примеров современных коммуникативных ситуаций. Предупреждение коммуникативных неудач.

Тема 11. Особенности воздействия в разных речевых жанрах.

Особенности воздействия в разных речевых жанрах. Особенности речевого воздействия в фатических жанрах, в том числе малых риторических жанрах: комплименте, тосте и др. Принципы бесконфликтного общения. Анатомия коммуникативного конфликта. Виды конфликтов и способы их преодоления. Формы проявления речевой агрессии. Выбор оптимальной тактики в условиях конфликта. Риторические приёмы в соответствии с типом спора (полемика и дискуссия) и позицией коммуникантов, их целями и особенностями речевого поведения.

Тема 12. Речевое воздействие в СМИ. Особенности масс-медийного дискурса.

Приёмы речевого воздействия в СМИ, связанные с функцией и доминантой публицистического текста, формой речи и особенностями жанра. Анализ материалов печатных и электронных СМИ. Речевое воздействие, обеспеченное особенностями масс-медийного дискурса: фантомностью, институциональностью, мифологичностью, метафоричностью.

Тема 13. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе.

Речевое воздействие в рекламном дискурсе. Идеи, положенные в основу рекламного текста, способствующие её эффективности. Речевые средства, характерные для рекламы. Наблюдение современной рекламы. Выявление достоинств и недостатков рекламных текстов с точки зрения эффективности использования в них ресурсов языка и фигур речи. Различия устной и письменной рекламы. Обсуждение возможностей устной и письменной рекламы в риторическом аспекте. Анализ примеров телевизионной, газетной и городской наружной рекламы.

Тема 14. Национальные особенности общения и характер речевого воздействия.

Национальные особенности общения и характер речевого воздействия, их учёт в процессии межкультурной коммуникации как условие её эффективности. Использование и восприятие разных форм речевого воздействия в русском коммуникативном поведении. Речевое воздействие в диалоге. Параметры гармонизирующей стратегии в диалогической речи. Умение слушать и слышать собеседника, формы активного восприятия чужой речи: поддерживающие реплики, уточняющие вопросы и пр.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины «Речь как средство воздействия»

Виды занятий: лекции с элементами беседы и практические занятия, которые включают:

- 1) работу с научной, учебно-методической литературой;
- 2) написание рефератов;
- 3) самостоятельную работу;
- 4) тест;
- 5). практические задания;
- 6). другие виды учебной деятельности.

Для облегчения усвоения материала по всем разделам курса привлекаются обширные аудио- и видеоматериалы, современные интерактивные учебники, словари, справочники и энциклопедическая литература. На разных этапах обучения, а также при прохождении определенных аспектов активно привлекаются Интернет-ресурсы (статьи, книги, аудио- и видеоматериалы, электронные справочники и словари).

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов при изучении данной дисциплины предусмотрено частичное использование технологий дистанционного обучения (контроль письменных работ на портале дистанционного обучения образовательной организации или по электронной почте). Некоторая часть учебных материалов для изучения данной дисциплины может быть предоставлена студентам с ограниченными возможностями здоровья в случае необходимости в электронном виде на внешнем носителе или по электронной почте. Ответность по отдельным темам дисциплины для таких студентов может иметь форму реферата или эссе, который предоставляется преподавателю по электронной почте. Выполнение аудиторных письменных работ для контроля текущей успеваемости студентами с ограниченными возможностями здоровья может осуществляться на дому.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Тестовые практические задания

В ходе самостоятельной работы студенты должны закрепить усвоенный на занятиях материал, проделав предложенные задания. Виды самостоятельной работы: написание рефератов, подготовка докладов, подготовка микро-презентаций по изучаемым темам; работа с электронными ресурсами – составление заданий; подготовка к тестированию; и др.

Оценка производится в следующих формах текущего контроля: проверка выполнения заданий, проверка качества написания реферата, доклада; тестирование.

Итоговый контроль: экзамен.

ВАРИАНТЫ ЗАДАНИЙ И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРЕДУСМОТРЕННЫХ УЧЕБНЫМИ ПЛАНАМИ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Самостоятельная работа.

1). Примерная тематика рефератов

1. Речевое воздействие тропов в СМИ.
2. Типология форм речевой манипуляции.
3. Способы речевого воздействия на личность.
4. Типология речевого воздействия на личность. Коммуникативные стратегии подчинения, уговаривания, дискредитации.
5. Способы защиты от манипулирования.

2). Образец контрольной работы.

Задание 1. Проанализировать предложенный текст.

Схема для анализа:

1. Основной тезис (тезисы) текста.
2. Какими аргументами и иллюстрациями подтверждаются тезисы? Соотношение рациональной и эмоциональной аргументации.
3. Какие когнитивные стратегии (интенсификации, приуменьшения, редукции, осложнения) используются? Покажите это на примерах.
4. Укажите приёмы имплицитного введения новой информации.
5. Охарактеризуйте языковые механизмы вариативной интерпретации действительности:
 - а). использование ресурсов лексики, морфологии, синтаксиса, словообразования;
 - б). использование стилистических ресурсов языка;
 - в). использование метафор и развёрнутых метафорических образов;
 - г). языковая игра, шутки, двусмысленности, аллюзии и т.п.
6. Каков образ автора текста и по каким показателям об этом можно судить?
7. Какой образ читателя прогнозируется и по каким показателям об этом можно судить? Используются ли приёмы обратной связи?

3. Тест.

1. Речевое воздействие осуществляется

1. только в рекламе, политике, пропаганде
2. только в ораторской речи
3. в публичном и межличностном общении
4. в любом речевом акте

2. Модель коммуникации не включает следующий компонент:

1. говорящий
2. слушающий
3. концепт
4. код
5. сообщение
6. канал связи

3. Смыслы, которые не выражены словесно, называются

1. имплицитными
2. вербализованными
3. эксплицитными
4. риторическими

5. когнитивными

4. Не выраженные словесно логические предпосылки высказывания называются

1. намёками
2. пресуппозициями
3. суждениями
4. следствиями

Практические задания.

1). Анализ средств воздействия в публицистических и рекламных текстах, телепередачах

Задание 1.

Проанализируйте когнитивные механизмы речевого воздействия. Стратегии интерпретации действительности.

Событие, которого ждала вся Россия (концерт Филиппа Киркорова)

Не все йогурты одинаково полезны.

Обувь для жизни.

Совкомбанк. Банк для людей.

Задание 3.

Какие пресуппозиции содержатся в следующих рекламных текстах?

Вольво – автомобиль, который может вернуть вам доверие к машинам.

Фотоаппараты Сопіса. Пора привыкать к хорошему.

Ваш любимый «Активия» стал ещё вкуснее!

Мы работаем, чтобы сохранить ваше доверие.

Задание 4.

Определите, какие смыслы имплицированы в следующих сообщениях и за счёт чего они возникают.

Вы наконец-то сможете выспаться! (реклама матрасов)

На войне не все средства хорошо (реклама средства от комаров)

Вы больше не одиноки! (реклама брачного агентства)

В России можно жить честно! (из программы политической партии)

Вам больше не придётся стесняться своей фигуры! (фитнес-центр)

2). Анализ комплексных приёмов языковых средств воздействия.

В следующих контекстах определите характер языковых средств воздействия:

Задание 1.

«Захади, дарагой!» (название ресторана);

«Абалдени абрикоз с Кавказа»;

Она вырядилась — просто супер-пупер!

Нигде кроме как в «Моссельпроме»!

Задание 2.

Наш цирк циркее всех цирков!

О чём стреляли в Ташкенте?

Его поступили в университет без проблем;

Друзей много — друга нет;

Президент говорит нам: «Не беспокойтесь, вас не уволят». Но мы уволимся;

Задание 3.

Быстроном (магазин); Мебельмаг;

Время соковыжимать;

Он кретиноват, она мегеровата.

Задание 4.

Тебе хорошо? - Мне хорошо! - Хорошо тебе!
Надёжная бытовая техника существует!
Если машина — ваша страсть!
Потому что здесь нам жить!
Не в деньгах счастье, а в их количестве.

Задание 5.

Коммерсантъ и ОлигархЪ. (lenta.ru 23.06.05)
Священная война (lenta.ru 04.07.06);
Сделка на 100000000000 долларов (lenta.ru 10.10.07).
Russia Today из последнего вагона (lenta.ru 17.06.05);
Аэрофлот может отказаться от Alitalia (lenta.ru 18.06.07);

Задание 6.

Голод одолел ООН (lenta.ru 05.12.05);
Без баз (lenta.ru 22.06.05);
Газпром - град (lenta.ru 18.06.06);

Задание 7.

ФолкРокФорум (lenta.ru 05.12.05);
Неизвестные известия (lenta.ru 16.11.06);
Ни кому ни кабельность (lenta.ru 29.06.07).

Задание 8.

Пепперони. Жизнерадостная пицца с сыром Моцарелла. Барбекью. Мужественная пицца со свининой и курицей. Мексикано. Зажигательная пицца с сыром Моцарелла, обжаренными на гриле свининой и куриной грудкой, перчиками и петрушкой.

Элегантный наряд для ваших ресниц.

Адская стойкость ваших ногтей.

Модная беременность.

Новая форма кофе. Крепко схваченное утро.

3). Тропы и риторические фигуры в текстах рекламы.

1. Какая риторическая фигура используется в следующем рекламном тексте:

Подарите себе неповторимое изящество французских окон, подарите частичку французского шарма.

2. Оцените следующие рекламные тексты, выявите тропы и риторические фигуры. Аргументируйте свою точку зрения:

Что немцу дорого, то русскому подарок (реклама пива);

Сбываем мечты (реклама банка);

И жизнь, и любовь, ипотека;

Без «Торекс» как без дверей;

Возьми их с собой везде (реклама памперсов);

3. Выскажите свои предположения, почему новый бизнес-центр, которому сначала собирались дать название «Вавилонская башня», что связано с архитектурными особенностями здания, в котором он размещён, в конце концов назвали «Ковчег». Аргументируйте свой ответ.

4). Кейс-задача

Проблемное задание, в котором магистранту предлагается:

1. Придумать рекламные тексты, основанные на метонимических переносах, используя следующие модели: предмет - состояние, с ним связанное; пища – время или место её потребления;

2. Придумать определения, которые можно было бы использовать в рекламе чая, шоколада, мороженого.

3. Выступить в аудитории с презентацией подготовленной рекламы.

3. Убедить аудиторию в эффективности своей рекламы.

Другие виды речевой деятельности.

Анализ рекламных текстов

Задание 1.

Определите, какие потребности эксплуатируются в рекламе следующих товаров:

Чай «Ахмад» - секрет хорошего настроения.

«Затейница». Готовьте с выдумкой! (макароны)

Шустовъ. Возрождение традиций. (коньяк).

Родные скажут спасибо (масло «Милора»)

Для своих любимых (соки и нектары «Любимы сад»).

Gilette: лучше для мужчины нет! (бритва и средства по уходу за кожей).

Pepsi: открывай, живи, твори!

Летайте уверенно (авиакомпания Air-Astana)

Задание 2.

Определите использование в рекламных слоганах имиджевых и статусно-ролевых стратегий:

Новости – наша профессия (НТВ).

Хорошие хозяйки любят «Лоск» (реклама стирального порошка).

Мир вращается вокруг вас (реклама банка)

Nokia. Connected people. Доверьтесь профессионалам.

Тефаль думает о вас!

Sonata. Исполнена для вас. (Автомобиль Hyundai Sonata).

Заставь его заменить окно!

Не тормози! Сникерсни!

Задание 3.

Проанализируйте когнитивные механизмы речевого воздействия. Стратегии интерпретации действительности.

Событие, которого ждала вся Россия (концерт Филиппа Киркорова)

Крем «Vichi Fera Teint». Эксклюзивная технология Аэра-Тэкс воспроизводит воздухопроницаемую структуру кожи, не закупоривая поры и позволяя коже дышать. Гипоаллергенно. Приумножение брендов конкурентов. Не все йогурты одинаково полезны. Обувь для жизни. Совкомбанк. Банк для людей.

Крым – оккупированная территория, Россия – агрессор. Агрессия во Вьетнаме – события во Вьетнаме.

Более 90% людей имеют искривлённые зубы, причём более трети из них требуют специализированной ортодонтической помощи.

Россия переболеет и встанет на ноги. Россию растащут на куски.

Будущее за нами, потому что мы – патриоты своей родины, потому что мы умеем работать. Поэтому люди поддержат нас и мы победим.

Правительство запретило митинг. Митинг был запрещён.

Земля – наша мать. А разве мать можно продавать?

Алкоголизм. Недорого. Больные зубы – лечи! Нет – вставляй! Клиника N. Стопангин. Быструмгель.

«Мерседес» - это успех!

Oriflame. Лёгкий путь к красоте. Пиво лёгкого настроения. Невское лайт.

Задание 4.

Какую новую информацию и с какой целью вводят в сознание потребителя в тексте на упаковке шоколада «Золотая марка»?

Не секрет, что истинные ценители предпочитают горький шоколад. Не секрет, что настоящий горький шоколад получается только из элитных сортов какао-бобов. Секрет в том, чтобы придать горькому шоколаду изысканный мягкий вкус. Мы знаем этот секрет и воплотили его в неповторимом вкусе шоколада «Золотая марка».

Задание 5.

Какие пресуппозиции содержатся в следующих рекламных текстах?

Вольво – автомобиль, который может вернуть вам доверие к машинам.

Фотоаппараты Canon. Пора привыкать к хорошему.

Ваш любимый «Активия» стал ещё вкуснее!

Мы работаем, чтобы сохранить ваше доверие.

Теперь ничто не мешает вам наслаждаться спокойствием. Toyota Camry.

Ariston. Забудь о разморозке навсегда. (реклама холодильника).

Безоперационная подтяжка лица.

Кредиты на любые цели без ограничений по сумме.

Разве вы против личного повара? (микроволновая печь LG).

Разве я не ценю качество? (Лореаль).

Зачем совать голову в духовку, когда есть новый фен?

В купите это яблоко? (надкусанное с двух сторон яблоко) Или вы купите это? (целое яблоко). Как бы ни был хорошо ваш телевизор, у него есть один серьёзный недостаток. Он не показывает полного изображения. Телевизор World Best Plus от SAMSUNG. Найдите съеденные три сантиметра!

Клиентов выбираем мы!

Взгляни на мир по-детски, легко и беззаботно. Счастье есть. (Сок «Фруктовый сад»).

Земля вращается вокруг солнца. Доказано галилеем. Надёжная бытовая техника существует. Доказано «Занусси».

Задание 6.

Определите, какие смыслы имплицированы в следующих сообщениях и за счёт чего они возникают.

Вы наконец-то сможете выспаться! (реклама матрасов)

На войне не все средства хорошо (реклама средства от комаров)

Вы больше не одиноки! (реклама брачного агентства)

В России можно жить честно! (из программы политической партии)

Вам больше не придётся стесняться совей фигуры! (фитнес-центр)

Вопросы к экзамену

1. Речевое воздействие как наука, его категории и разделы. Какова роль риторики в становлении речевого воздействия как науки?

2. Речевое воздействие и особенности общения в современном обществе. Тенденции развития современного общения. Понятие коммуникативной грамотности.

3. Понятие эффективности речевого воздействия, его слагаемые.

4. Статусно-ролевая природа повседневного дискурса. Трансакционная модель Э. Берна.

5. Речевое воздействие и манипуляция, соотношение понятий. Основные приёмы речевой манипуляции.

6. Охарактеризуйте суггестивную модель межличностного общения и её составляющие, которые могут быть факторами успеха/неуспеха речевого взаимодействия.

7. Что такое коммуникативные стратегии? Какие их типы вам известны? От чего зависит выбор определённой коммуникативной тактики?

8. Охарактеризуйте арсенал средств речевого воздействия в устной и письменной речи.

9. Речевое воздействие в публичной речи, его связь с риторическими традициями.

10. Способы предупреждения коммуникативных неудач в официальном и неофициальном, межличностном и представительском общении.

11. Виды коммуникативных конфликтов и способы их преодоления. Принципы бесконфликтного общения.

12. Особенности воздействия в разных речевых жанрах. В чём специфика речевого воздействия в фатических жанрах?

13. Приёмы речевого воздействия в публицистике (на примере программ в СМИ).

14. Цели и приёмы речевого воздействия в рекламном дискурсе.

15. Речевое воздействие в диалоге. Формы проявления заботы о собеседнике и уважения к нему.

16. Коммуникативные стратегии и тактики, характер аргументации, особенности речевого поведения спорящих в соответствии с типом спора.

17. Национальные особенности общения и характер речевого воздействия.

18. Использование и восприятие разных форм речевого воздействия в русском коммуникативном поведении.

8. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
2	10	0	20	30	0	10	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента

1 семестр

Лекции (от 0 до 10 баллов)

Оценивается посещение занятий, участие в обсуждении рассматриваемых тем.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены

Практические занятия – от 0 до 20 баллов

Оценивается:

анализ средств воздействия в публицистических и рекламных текстах (от 0 до 5 баллов);

анализ комплексных приёмов языковых средств воздействия (от 0 до 5 баллов);

тропы и риторические фигуры в текстах рекламы (от 0 до 5 баллов);

кейс-задача (от 0 до 5 баллов).

Самостоятельная работа – от 0 до 30 баллов

Оценивается:

- выступление с рефератом (от 0 до 10 баллов);

- тест (от 0 до 10 баллов);

- контрольная работа (от 0 до 10 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

- анализ рекламных текстов (от 0 до 10 баллов).

Промежуточная аттестация – экзамен (от 0 до 30 баллов).

Промежуточная аттестация по дисциплине «Речь как средство воздействия» проходит в форме устного ответа на вопросы по курсу. Подготовка студента к прохождению промежуточной аттестации осуществляется в период лекционных и практических занятий, а также во внеаудиторные часы в рамках самостоятельной работы. Во время самостоятельной подготовки студент пользуется конспектами лекций, основной и

дополнительной литературой по дисциплине (см. перечень литературы в рабочей программе дисциплины).

При проведении промежуточной аттестации

ответ на «отлично» оценивается от 21 до 30 баллов;

ответ на «хорошо» оценивается от 11 до 20 баллов;

ответ на «удовлетворительно» оценивается от 6 до 10 баллов;

ответ на «неудовлетворительно» оценивается от 0 до 5 баллов.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента по дисциплине «Речь как средство воздействия» составляет 100 баллов.

Таблица 1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Речь как средство воздействия» в оценку (экзамен):

85-100 баллов	«отлично»
75-84 балла	«хорошо»
50-74 балла	«удовлетворительно»
0-49 баллов	«не удовлетворительно»

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) литература:

Балахонская Л.В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования: учеб. пособие. Флинта, 2016.

Иссерс О.С. Речевое воздействие [Электронный ресурс] учеб. пособие / О.С. Иссерс. Москва: Флинта, 2016 ЭБС ЛАНЬ

Клюев Е.В. Риторика: Инвенция. Диспозиция. Элокуция [Текст]: учеб. пособие для вузов / Е. В. Клюев. - Москва: ПРИОР, 2001;

Копнина Г.А. Речевое манипулирование [Текст] [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Копнина Г.А. - Москва: Флинта, 2012.

Стернин И.А. Практическая риторика [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / И.А. Стернин - 6-е изд., стер. - Москва: Изд. центр "Академия", 2010.

Филиппова О.А. Обучение эмоциональному речевому воздействию [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О. А. Филиппова. - Москва: Флинта, 2017 ЭБС ЛАНЬ

Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. – Москва: Флинта, 2015 ЭБС ЛАНЬ

дистанционные курсы:

<http://library.sgu.ru>

Русскоязычные полнотекстовые ресурсы:

<http://library.sgu.ru/index.php/index.?page=resursi&p=rubase>

Компьютерный корпус газетных текстов МГУ (КГТ): www.philol.msu.ru

Национальный корпус русского литературного языка (НКРЛЯ): www.narusko.ru

Система баз данных Интегрум: www.integrum.ru.

базы данных:

1. Национальный корпус русского языка www.uscorpora.ru 2;
2. . Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР);
3. Текстотека по РКИ;

б) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

1. Windows 8 Профессиональная 64-разрядная (операционная система; лицензия)
2. Пакет Microsoft Office профессиональный плюс 2010 (Word, Excel, PowerPoint, Access; лицензия)
3. ABBY Lingvo x5 (электронный словарь, допускающий возможность создания пользовательских словарей и подключения других словарей; лицензия);
4. ABBY FineReader 11 Corporate Edition (программа распознавания текста; лицензия)
5. Электронная библиотека feb-web.ru,
6. Коллекция специализированных материалов slovari.ru
7. Полнотекстовые базы данных Зональной научной библиотеки: учебная и научная литература по профилю университета (<http://library.sgu.ru/ebs.html>); электронно-библиотечные системы (ЭБС)

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В Институте филологии и журналистики имеется необходимое количество рабочих мест в компьютерных классах, мультимедийное оборудование и наглядные пособия (демонстрационные таблицы, репродукции, учебные видеофильмы и аудиоматериалы).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 45.04.01 Филология, профиль Русский язык как родной и иностранный.

Автор: Милёхина Т.А.

Программа одобрена на заседании кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного от 23.03.2021 года, протокол № 7.