**Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова**

Факультет мировой политики

|  |
| --- |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

# ПРОГРАММА

межфакультетского курса

**«Речевая коммуникация в политике»**

Составитель программы: доктор филологических наук, профессор Л.В.Минаева

Москва

2021

**1. Цель реализации программы**

Цель курса «Речевая коммуникация в политике**»** - овладеть теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для понимания и создания политических текстов. В основе курса лежит дискурсивный подход, который рассматривает особенности языкового общения на широком фоне взаимодействия людей, выполняющих различные политические роли, и политических институтов, составляющих основу политической системы государства.

В результате освоения курса слушатель должен:

**Знать:**

* дискурсивные особенности речевой коммуникации в политике;
* факторы, оказывающие влияние на способы представления, передачи и интерпретации информации в политике;
* стратегии и тактики, используемые при создании политического текста.
* **Уметь:**
* анализировать соответствующий ситуации и задачам функциональный тип политического текст в плане его эффективности;
* применять стратегию и тактику построения политической речи в зависимости от контекста, аудитории и целей.

**Владеть:**

* форматами политических текстов разных субдискурсов на русском языке.

**2. Структура и содержание дисциплины**

Общая трудоемкость программы составляет 24 академических часа.

Вид работы – лекционные занятия.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Тема | Часы |
| 1 | Речевая структура общества в исторической перспективе | 4 |
| 2 | Агитационно-политический субдискурс | 4 |
| 3 | Профессионально-политический субдискурс | 4 |
| 4 | Административно-политический субдискурс | 4 |
| 5 | Медиа-политический субдискурс | 4 |
| 6 | Вербальный имидж политика | 4 |

**Содержание дисциплины**

**Тема 1.** Речевая структура общества в исторической перспективе

Этапы развития речевой коммуникации. Типы фактуры речи, используемой для оформления информации. Время распространения информации. Источники контроля за распространением информации и охватом аудитории. Речь и политика. Понятие политического дискурса. Система политических субдискурсов.

Тема 2. Агитационно-политический субдискурс.

Модель, цели и задачи электоральной коммуникации. Стратегии и тактики агитационно-политического субдискурса. Политическая реклама. Макротекст политической рекламы. Изменения в агитационно-политическом дискурсе, вызванные цифровыми технологиями. Особенности телевизионных предвыбоных дебатов.

Тема 3. Профессионально-политический субдискурс.

Парламентская речь как разновидность профессионально-политического субдискурса. Стратегии и тактики парламентской речи. Аргументация в парламентской речи. Сравнительный анализ профессионально-политического субдискурса в дореволюционной и современной Государственной Думе. Сравнительный анализ британской и российской парламентской речи.

Тема 4. Административно-политический субдискурс

Модель, цели и задачи государственной коммуникации. Стратегии и тактики административно-политического субдискурса. Изменения в профессионально-политическом дискурсе, вызванные цифровыми технологиями. Электронное правительство. Тексты, используемые в геобрендинге.

Тема 5. Медиа-политический субдискурс

Медиатизация политики. Стратегии и тактики медиа-политического дискурса. Особенности современного медиапространства, Медиа-текст. Интертекстуальность медиа-текста. Политический нарратив.

Тема 6. Вербальный имидж политика

Речь политика как инструмент создания его имиджа. Политический диалект и идиолект политика. Спичрайтер как имиджмейкер политика. Особенности публичной речи. Риторически ориентированная речь. Лексика. Синтаксис. Стилистика. Цитирование. Политический сторителлинг. Переводчик как имиджмейкер политика. Переводческие стратегии.

**3. Материально-технические условия реализации программы**

Факультет мировой политики располагает аудиториями с мультимедийной аппаратурой, необходимой для проведения лекционных занятий с видеоподдержкой.

**4. Учебно-методическое обеспечение программы**

 ***а) основная литература:***

1. Алтунян А.Г. Анализ политических текстов. М.: Логос, 2014. – 384 стр.
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. – М.:Аспект-Пресс, 2012. – 317 стр.
3. Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. 3-е изд., испр. – М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2018. – 477 стр.
4. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст: учебное пособие / Отв. редактор Кузьмина Н.А. – Омск, 2011.
5. Левенкова Е.Р. Британский и американский политический дискурс: контрастивный анализ. – Самара: ПГСГА, 2011. – 308 стр.
6. Минаева Л.В. Речь в мире политики. М., Аспект-Пресс, 2019.
7. Паршина О.Н. Российская политическая речь. Теория и практика. – М., 2011. – 232 стр.
8. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. Учебное пособие. – М.: Изд-во «Флинта», Изд-во «Наука», 2017. –160 стр.
9. Рождественский Ю.В. Теория риторики. – М.: Добросвет, 1997. – 597 стр.
10. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: Гнозис, 2004. – 328стр.

***б)дополнительная литература***

*1.А*лександрова О.В. Особенности политического дискурса в современных СМИ. // Российская пиарология-4: тренды и драйверы. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ. – 2017. - С.16-20.

2.Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002. – 288 стр.

3. Чудинов А.П. Очерки по современной политической метафорологии. - Екатеринбург, 2013. – 176 стр.

4. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика. М.: Никколо-Медиа, 2002. – 313 стр.

**5. Итоговая аттестация**

Итоговая аттестация проводится в форме зачета с оценкой «зачтено».

***Вопросы по курсу межфакультетскому курсу «Речевая коммуникация в политике»***

1. Связь языка и политики
2. Политический дискурс. Подходы к определению понятия.
3. Составляющие политического дискурса
4. Политический дискурс с точки зрения теории коммуникации
5. Речевая структура общества в исторической перспективе. Дописьменная устная речь. Письменная речь. Введение книгопечатания.
6. Речевая структура общества в исторической перспективе. Период массовой коммуникации
7. Речевая структура общества в исторической перспективе. Период цифровой коммуникации.
8. Агитационно-политический субдискурс.
9. Электоральная коммуникация. Модель и ее элементы.
10. Структура макротекста электоральной коммуникации.
11. Язык визуализации в электоральной коммуникации
12. Использование цифровых технологий в электоральной коммуникации
13. Особенности проведения телевизионных дебатов в разных странах
14. Профессионально-политический субдискурс..
15. Сходства и различия парламентской речи в дореволюционной и современной российской Государственной Думе.
16. Историческая обусловленность профессионально-политического субдискурса Великобритании
17. Особенности английской парламентской речи
18. Стратегия и тактика парламентской речи на примере Британского парламента
19. Язык и этика парламентской речи
20. Административно-политический субдискурс.
21. Инаугурационная церемония как пример реализации стратегии гармонизации в административно-политическом субдискурсе.
22. Тактики, реализующие стратегию гармонизации в административно-политическом субдискурсе
23. Языковые особенности информационного текста в административно-политическом дискурсе
24. Роль социальных сетей в составе административно-политического субдискурса
25. Языковые особенности текстовых инструментов продвижения региона
26. Медиа-политический субдискурс
27. Процесс медиатизации политики
28. Особенности современного медиатекста
29. Языковой инструментарий создания медиа-имиджа политика
30. Номинация как инструмент характеристики политика
31. Интертекстуальность как неотъемлемая характеристика медиатекста
32. Понятие политического нарратива
33. Агрессивность как характеристика современного медиа-политического субдискурса
34. Вербальный имидж как фактор успешности политика
35. Стиль политической речи и особенности языковой личности политика
36. Спичрайтер как создатель вербального имиджа политика. Аналитический этап
37. Спичрайтер как создатель вербального имиджа политика. Этап написания и коррекции речи
38. Значение переводчика как создателя вербального имиджа политика.
39. Языковые трудности перевода публичной речи политика
40. Стратегии перевода речи политика
41. Особенности политической метафоры.
42. Стратегии текстообразования риторически ориентированного публичного выступления
43. Композиционные особенности публичной речи политика
44. Просодические особенности публичной речи политика
45. Ритмическая организация публичной речи политика
46. Интертекстуальность как характеристика публичной речи политика
47. Интертекстуальность и гипертекстуальность публичной речи политика
48. Политический сторителлинг. Отличия от политического нарратива
49. Политический сторителлинг в публичной речи политика. Цели и задачи
50. Диалогичность публичной речи политика