
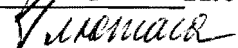


Установа адукацыі
“Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”

ЗАЦВЯРДЖАЮ

Першы прарэктар БДУКМ

 Н.У.Карчэўская

“ 9 ”  2018 г.

Рэгістрацыйны № ВД - 34 / эвуч.

МАЎЛЕНЧАЕ ЎЗДЕЯННЕ Ў РЭКЛАМЕ І СМІ

*Вучэбная праграма ўстановы вышэйшай адукацыі
на вучэбнай дысцыпліне для спецыяльнасцей:*

1-21 04 01 Культуралогія (на напрамках),

1-21 04 02 Мастацтвазнаўства (на напрамках),

1-23 01 14 Сацыяльна-культурная дзейнасць

Вучэбная праграма складзена ў адпаведнасці з адукацыйнымі стандартамі вышэйшай адукацыі I ступені і вучэбнымі планамі па спецыяльнасцях: 1-21 04 01 Культуралогія (па напрамках), 1-21 04 02 Мастацтвазнаўства (па напрамках), 1-23 01 14 Сацыяльна-культурная дзейнасць

СКЛАДАЛЬНІК:

В. В. Шунейка, старшы выкладчык кафедры беларускай філалогіі і сусветнай літаратуры ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

РЭЦЭНЗЕНТЫ:

А. А. Жэлуновіч, загадчык кафедры рускай мовы як замежнай установы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”, кандыдат філалагічных навук, дацэнт;

Г. К. Семянькова, дацэнт кафедры беларускага мовазнаўства ўстановы адукацыі “Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П.Машэрава”, кандыдат філалагічных навук, дацэнт.

РЭКАМЕНДАВАНА ДА ЗАЦВЯРДЖЭННЯ

кафедрай беларускай філалогіі і сусветнай літаратуры ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў» (пратакол № 10 ад 15.05.2017);

прэзідыумам навукова-метадычнага савета ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў» (пратакол № 5 ад 28.06.2017)

ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПІСКА

На сённяшні дзень з усіх маўленчых стыляў найперш публіцыстычны, а не мастацкі стыль забяспечвае захаванне маўленчых нормаў і прапаганду мовы ў найлепшым сэнсе гэтага слова. Веданне механізмаў, прынцыпаў і сродкаў стварэння публічных паведамленняў і крытэрыяў іх эфектыўнасці – важная ўмова поспеху студэнта як будучага прафесіянала ў сферы рэкламы і сувязей з грамадскасцю. Асноўнай мэтай вучэбнай дысцыпліны “Маўленчае ўздзеянне ў рэкламе і СМІ” з’яўляецца засваенне студэнтамі прыёмаў маўленчага ўздзеяння ў рэкламе і друкаваных сродках масавай інфармацыі, эфектыўнае выкарыстанне стылістычных рэсурсаў на ўсіх моўных узроўнях пры стварэнні публіцыстычнага тэксту.

Тэарэтычны і фактычны матэрыял гэтай вучэбнай дысцыпліны дапаможа будучаму спецыялісту сферы культуры правільна ацэньваць моўныя сродкі і прымяняць іх пры пабудове тэматычна і структурна завершаных тэкстаў публіцыстычнага стылю.

Асноўныя задачы вучэбнай дысцыпліны:

- сфарміраваць у маўленчай свядомасці студэнтаў паняцце пра публіцыстычны стыль, яго функцыі, стылёвыя рысы, падстылі і жанры; прадэманстраваць спецыфіку стылю на розных моўных узроўнях;
- раскрыць механізмы намінацыі, выбару слова, спалучальнасць лексічных адзінак у газетных, часопісных і рэкламных тэкстах;
- даць сістэму ведаў пра стылістычныя нормы, тыпы стылістычных памылак і шляхі і спосабы іх ліквідацыі; матываванасць выкарыстання памылкі ў рэкламе і СМІ як стылістычнага прыёму;
- навучыць правільна ацэньваць моўныя сродкі з пункту погляду маўленчага ўздзеяння і прымяняць іх пры пабудове тэматычна і структурна завершаных разнастайных паводле жанраў публіцыстычных тэкстаў;
- сфарміраваць паняцце пра камунікатыўную стратэгію як комплекс маўленчых дзеянняў, накіраваных на дасягненне камунікатыўнай мэты.

У выніку вывучэння вучэбнай дысцыпліны студэнты павінны ведаць:

- гістарычныя вытокі тэорыі маўленчага ўздзеяння;
- псіхалагічныя перадумовы сучасных тэхналогій маўленчага ўздзеяння;
- спецыфіку публіцыстычнага стылю, яго функцыі, стылёвыя рысы, падстылі і жанры;

- маўленчыя рэсурсы публіцыстычнага стылю;
- механізмы намінацыі і выбару слова ў газетных і рэкламных тэкстах;
- тыпы стылістычных памылак, спосабы і шляхі іх выпраўлення; матываванасць выкарыстання памылкі ў рэкламе і СМІ як стылістычнага прыёму.

Студэнты павінны *умець*:

- мэтанакіравана выбіраць, асэнсоўваць і выкарыстоўваць выразныя сродкі мовы з пункту погляду маўленчага ўздзеяння і прымяняць іх пры пабудове тэматычна і структурна завершаных разнастайных паводле жанраў публіцыстычных тэкстаў;
- карыстацца маўленчымі стратэгіямі як комплексам маўленчых дзеянняў, накіраваных на дасягненне камунікатыўнай мэты;
- аналізаваць публіцыстычныя тэксты;
- самастойна ствараць публіцыстычныя творы розных жанраў;
- самастойна ствараць рэкламныя тэксты з выкарыстаннем разнастайных графічных сродкаў.

З ліку эфектыўных педагагічных метадаў і тэхналогій навучання, якія садзейнічаюць набыццю студэнтамі ведаў у галіне беларускага мовазнаўства і фарміраванні ў іх вопыту самастойнага вырашэння разнастайных філалагічных задач, вылучаюцца наступныя:

- тэхналогіі вучэбна-даследчыцкай дзейнасці;
- метады актывізацыі вучэбна-пазнавальнай дзейнасці;
- вучэбнае мадэляванне практыка-арыентаванага навуковага даследавання;
- тлумачальна-ілюстратыўныя тэхналогіі навучання;
- метады лінгвістычнага даследавання публіцыстычных тэкстаў;
- метады ўключанага назірання.

Зместам вучэбнай дысцыпліны прадугледжана фарміраванне наступных кампетэнцый, адпаведна з адукацыйным стандартам вышэйшай адукацыі першай ступені па спецыяльнасцях універсітэта:

акадэмічныя кампетэнцыі:

– АК-1. Умець выкарыстоўваць базавыя навукова-тэарэтычныя веды для вырашэння тэарэтычных і практычных задач.

– АК-2. Валодаць сістэмным і параўнальным аналізам.

– АК-3. Валодаць даследчымі навыкамі.

– АК-4. Умець працаваць самастойна.

– АК-5. Быць здольным спараджаць новыя ідэі (валодаць крэатыўнасцю).

– АК-6. Валодаць міждысцыплінарным падыходам да вырашэння праблем.

– АК-8. Валодаць навыкамі вуснай і пісьмовай камунікацыі.

– АК-9. Умець вучыцца, павышаць сваю кваліфікацыю на працягу свайго жыцця, самастойна прымаць прафесійныя рашэнні, аналізаваць гістарычныя і сучасныя праблемы эканамічнага і сацыякультурнага жыцця грамадства;

– АК-10. Валодаць метадычнымі ведамі і даследчымі ўменнямі, якія забяспечваюць вырашэнне задач інавацыйна-метадычнай і навукова-даследчай дзейнасці ў галіне культуралогіі;

– АК-11. Свабодна выкарыстоўваць прафесійную тэрміналогію.

– АК-13. Валодаць інфармацыяй у галіне гістарычных ведаў, разумець рухальныя сілы і заканамернасці гістарычнага працэсу для ўзбагачэння зместу сваёй даследчай мастацка-творчай і педагогічнай дзейнасці.

– АК-15. Быць здольным аналізаваць сацыяльна значныя працэсы і з’явы, удзельнічаць у грамадска-палітычным жыцці.

– АК-18. Умець бачыць і інтэрпрэтаваць факты, падзеі, з’явы сферы прафесійнай дзейнасці ў шырокам гістарычным і культурным кантэксце;

сацыяльна-асобасныя кампетэнцыі:

– САК-1. Усведамляць грамадзянскі доўг, валодаць развітым пачуццём патрыятызму, ведаць правы і прытрымлівання абавязкаў грамадзяніна.

– САК-2. Быць здольным да сацыяльнага ўзаемадзеяння.

– САК-3. Валодаць здольнасцю да міжасобасных камунікацый.

– САК-6. Умець працаваць у калектыве.

– САК-7. Быць здольным да ўзаемадзеяння, супрацоўніцтва, разумнага кампрамісу падчас вырашэння інавацыйных праблем;

– САК-9. Праяўляць ініцыятыву і творчы падыход, у тым ліку ў нестандартных сітуацыях;

прафесійныя кампетэнцыі:

– ПК-1. Кваліфікавана праводзіць навуковыя даследаванні па выяўленні, апісанні, аналізе, рэцэнзаванні твораў мастацтва.

– ПК-3. Рэалізоўваць агульнадзяржаўныя, рэгіянальныя і ведамасныя праграмы і праекты ў галіне культуры і мастацтваў.

– ПК-4. Ацэньваць стан, тэндэнцыі і перспектывы развіцця сферы культуры і мастацтваў.

– ПК-5. Прагназаваць, планаваць і арганізоўваць інавацыйна-метадычную і мастацка-творчую дзейнасць у сферы культуры і мастацтваў.

– ПК-6. Выяўляць інтарэсы і педагогічныя патрэбы насельніцтва ў розных відах вольнага часу.

– ПК-7. Займацца навукова-даследчай дзейнасцю ў галіне культуралогіі.

– ПК-8. Распрацоўваць і выкарыстоўваць сучаснае вучэбна-метадычнае забеспячэнне.

– ПК-9. Арганізоўваць сваю працу на навуковай аснове, валодаць камп’ютарнымі метадамі збору, захавання і апрацоўкі інфармацыі ў сферы прафесійнай дзейнасці.

– ПК-11. Аналізаваць сучасны стан і перспектывы развіцця мастацтва.

– ПК-12. Прымаць удзел у правядзенні экспертызы твораў мастацтва, даваць кваліфікаваныя заключэнні і кансультацыі.

– ПК-13. Умець арганізоўваць мерапрыемствы па прагандзе дасягненняў мастацтва.

ПК-14. Выкарыстоўваць сучасныя метадыкі і тэхнічныя сродкі навучання;

– ПК-15. Планаваць і ўдасканальваць дзейнасць служб кіравання ў сферы культуры і мастацтва, забяспечваць бяспечныя ўмовы працы.

– ПК-16. Карыстацца інфармацыйнымі рэсурсамі для азнаямлення з нарматыўнай базай адукацыі і інавацыямі ў дыдактыцы навучання.

– ПК-17. Удасканальваць сваё педагагічнае майстэрства.

– ПК-22. Працаваць у складзе творчага калектыву па рэалізацыі ідэйна-мастацкіх праектаў.

– ПК-24. Здзяйсняць арганізацыю рэдакцыйна-выдавецкага працэсу ў галіне мастацтва.

Вучэбная дысцыпліна “Маўленчае ўздзеянне ў рэкламе і СМІ” цесна звязана з наступнымі вучэбнымі дысцыплінамі: “Рэклама ў сферы культуры”, “Сучасныя тэхналогіі рэкламы і сувязь з грамадскасцю”, “Тэхналогіі брэндынгу”, “Логіка”, “Рыторыка”, “Аналіз твораў мастацтва”, “Лінгвістычны аналіз тэксту”, “Беларуская мова (прафесійная лексіка)” і інш.

У адпаведнасці з вучэбным планам на вывучэнне вучэбнай дысцыпліны “Маўленчае ўздзеянне ў рэкламе і СМІ” ўсяго прадугледжана 34 гадзіны, з якіх 8 – аўдыторныя гадзіны. Прыкладнае размеркаванне аўдыторных гадзін па відах заняткаў: 6 гадзін – лекцыі, 2 гадзіны – семінарскія заняткі. Рэкамендаваная форма кантролю ведаў – залік.

ЗМЕСТ ВУЧЭБНАГА МАТЭРЫЯЛУ

Тэма 1. Прадмет, задачы і змест навукі пра маўленчае ўздзеянне.

Станаўленне маўленчага ўздзеяння як навукі аб эфектыўных зносінах

Маўленчае ўздзеянне як навука аб выбары спосабаў вербальнага ўздзеяння. Прадмет і задачы вучэбнай дысцыпліны, яе месца ў сістэме сацыяльна-гуманітарных навук, узаемасувязь з іншымі філалагічнымі і нефілалагічнымі дысцыплінамі. Маўленчае ўздзеянне як праблема маўленчых зносін.

Вытокі тэорыі маўленчага ўздзеяння. Рыторыка ў антычнасці, у эпоху Сярэднявечча і Адраджэння. Рыторыка як «мастацтва пераканання» ў Старажытнай

Грэцыі (Сакрат, Платон, Арыстоцель) і як навука пра «здольнасць добра гаварыць і сіла пераканання» ў Старажытным Рыме (Цыцэрон, Квінтылійян). Рыторыка як «мастацтва ўпрыгожання» ў эпоху Сярэднявечча і Адраджэння. Антычны рытарычны канон (пяць ступеней рытарычнага працэсу (інвенцыя, дыспазіцыя, элакуцыя, запамінанне, выкананне)) і яго сучасная інтэрпрэтацыя ў аспекце маўленчага ўздзеяння. Развіццё рыторыкі ў Беларусі.

Тэма 2. Публіцыстычны стыль, яго функцыянальныя, лексічныя і граматычныя асаблівасці. Маўленчыя асаблівасці сучасных друкаваных СМІ

Паняцце публіцыстычнага стылю. Сфера выкарыстання, змест, характар узаемаадносін, адкрытасць аўтарскай пазіцыі, сацыяльная ацэнчанасць. Асноўныя функцыі: асвятленне найважнейшых / актуальных падзей у грамадскім жыцці нашай краіны і за мяжой, уздзеянне з мэтай выклікаць адпаведнае стаўленне да фактаў, з’яў, падзей і такім чынам фарміраванне грамадскай думкі.

Стылёвыя рысы публіцыстыкі: лагічнасць, агульнаразумеласць, факталагічнасць, эмацыянальнасць, ацэнчанасць, экспрэсіўнасць і стандартызаванасць, вобразнасць, доказнасць, пабуджальнасць.

Падстылі публіцыстычнага стылю: газетна-публіцыстычны, радыётэлежурналісцкі, аратарскі. Публіцыстычныя жанры: інфармацыйныя (нататка, рэпартаж, інтэрв’ю, справаздача), аналітычныя (карэспандэнцыя, артыкул, рэцэнзія, агляд), мастацка-публіцыстычныя (нарыс, эсэ, замалёўка, фельетон, памфлет).

Моўныя асаблівасці стылю: грамадска-палітычная лексіка, спалучэнне кніжнай лексікі з размоўнай і прастамоўнай, ужыванне займеннікаў *мы, яны* са значэннем “група, супольнасць”, маўленчыя клішэ і штампы, незначальная форма дзеяслова ў ролі галоўных членаў сказа; функцыянаванне ўсіх тыпаў сказаў у адпаведнасці са зместам і жанрам тэксту; сродкі экспрэсіўнага сінтаксісу; пыталыныя і клічныя сказы; простая мова і інш.

Газетны тэкст ў сучаснай культурна-маўленчай сітуацыі, яго папулярнасць і запатрабаванасць у чытацкім асяроддзі. Інфармацыйнасць, ацэнчанасць, экспрэсіўнасць, рэкламнасць сучаснай газетнай інфармацыі. Аўтарызаванасць і дыялагічнасць сучаснага медыятэксту.

Рэклама як асаблівы жанр публіцыстычнага стылю. Псіхалагічныя перадумовы сучасных тэхналогій маўленчага ўздзеяння ў рэкламе.

Тэма 3. Механізмы намінацыі і праблемы выбару слова ў газетных і рэкламных тэкстах

Лексічныя нормы ў кантэксце публіцыстычнага стылю. Слова як

адзінка маўлення. Семантычная структура слова. Намінатывуная функцыя слова.

Нэймінг як прафесійная дзейнасць па стварэнні імені (назвы). Монасемія (адназначнасць) і полісемія (мнагазначнасць). Выкарыстанне адназначных і мнагазначных слоў са стылістычнымі мэтамі. Моўная гульня, заснаваная на шматзначнасці. Аказіяналізмы ў друкаваных СМІ як дзейсны сродак прыцягнення ўвагі.

Спалучальнасць лексічных адзінак у маўленні (семантычная валентнасць). Канатывуныя элементы лексічнага значэння (эмацыянальныя, ацэнныя, асацыятыўныя, стылістычныя і інш.). Паняцце экспрэсіўнасці. Экспрэсіўная лексіка (размоўныя лексемы, словы з суфіксамі суб'ектыўнай ацэнкі, словы з пераносным значэннем), яе характарыстыка. Лексічныя экспрэсівы як сродак выразнасці і лінгвістычнай эканоміі ў публіцыстычным стылі. Стылістычная функцыя гістарызмаў і архаізмаў у газетных тэкстах.

Феномен вербальнай агрэсіі. Інвектыўная, стылістычна зніжаная, жаргонная лексіка ў друкаваных СМІ як сродак вербальнай агрэсіі. Стылістычная ацэнка запазычаных слоў. Іншамоўная лексіка як праяўленне вербальнай агрэсіі.

Тэма 4. Патэнцыял маўленчага ўздзеяння лексічнай сістэмы мовы. Паняцце памылкі і тыпы стылістычных памылак. Матываванаць выкарыстання памылкі ў рэкламе і СМІ

Сінонімы, шляхі іх узнікнення, класіфікацыя (абсалютныя (дублеты), семантычныя, стылістычныя, кантэкстуальныя сінонімы). Квасісінонімы. Сінанімічны рад і дамінанта. Сэнсава-стылістычныя функцыі сінонімаў у рэкламных і газетных тэкстах.

Антонімы. Структурная і семантычная класіфікацыі антонімаў. Кантэкстуальныя антонімы як сродак выразнасці мовы публіцыстычнага стылю. Антанімічныя супрацьпастаўленні (антытэза, аксюмаран) у аспекце маўленчага ўздзеяння.

Амонімы, іх віды. Крыніцы ўзнікнення амонімаў. Амалексемы, амафоны, амаформы і амографы. Аманімія і яе стылістычнае выкарыстанне ў публіцыстычных тэкстах. Стылістычныя памылкі, звязаныя з міжмоўнай аманіміяй. Паняцце энантыясеміі.

Паронімы як сродак экспрэсіўнасці публіцыстычнага маўлення. Граматычная адметнасць і семантыка паранімічных слоў. Стылістычная роля паронімаў. Паронімы і паранамазія. Паранімія і паранамазія. Паняцце каламбура.

Моўная гульня, заснаваная на аманіміі, параніміі.

Паняцце памылкі і тыпы стылістычных памылак. Матываванасць выкарыстання памылкі ў рэкламе і друкаваных СМІ.

Тэма 5. Прыёмы актуалізацыі граматычных значэнняў у мове і публіцыстычным маўленні

Нормы і стылістычныя рэсурсы граматыкі.

Марфалагічныя і сінтаксічныя нормы і іх віды. Вырыянтнасць граматычных нормаў.

Спосабы вылучэння марфалагічных значэнняў (марфалагічнае супалажэнне (міжчасцінамоўнае і ўнутрыкатэгарыяльнае), марфалагічная атракцыя, граматычныя кантрасты і інш.).

Варыянтныя родавыя формы назоўніка і іх стылістычнае выкарыстанне ў газетных тэкстах. Стылістычная роля словаўтваральных сродкаў назоўнікаў (памяншальна-ласкальных (-к-, -еньк-, -ачк-, -ок- і інш.), павелічальна-ўзмацняльных (-ын-(-ін-), -ышч- і інш.) і інш. суфіксаў).

Ужыванне адносных прыметнікаў у ролі якасных і ўтварэнне ад іх формаў ступеняў параўнання, не адпаведных кваліфікаванай мове. Экспрэсіўная функцыя элятыву ў газетных артыкулах. Поўныя і кароткія формы прыметнікаў і іх стылістычнае выкарыстанне ў тэксте. Выкарыстанне словаўтваральных сродкаў прыметнікаў для стварэння выразнасці ў газетных і рэкламных тэкстах. Спецыфіка перакладу прыметнікавых словазлучэнняў.

Стылістычныя асаблівасці выкарыстання займеннікаў у публіцыстыцы. Варыянтнасць займеннікавых формаў у сучаснай беларускай мове.

Граматычныя катэгорыі дзеяслова і іх стылістычнае выкарыстанне ў газетных тэкстах (ужыванне непераходных дзеясловаў у якасці пераходных; утварэнне незваротных формаў ад зваротных, не ўласцівых літаратурнай мове, і інш.). Спосабы дзеяслоўнага дзеяння як экспрэсіўна-стылістычны сродак публіцыстычных тэкстаў. Вобразна-экспрэсіўныя магчымасці дзеяслова і яго формаў.

Паўтор часцін мовы як экспрэсіўны прыём.

Асаблівасці будовы беларускіх словазлучэнняў (параўнальна з рускай): спалучэнні з дзеясловамі *жартаваць, смяяцца, рагатаць, здэкавацца, цешыцца, насміхацца, кпіць*; з дзеясловамі руху *ісці, ехаць, бегчы, ляцець, несціся*, а таксама з дзеясловамі волевыяўлення *наслаць, выправіць, адправіць*; з дзеясловамі думкі, пачуцця, маўлення *гаварыць, думаць, непакоіцца, клапаціцца, хвалявацца, маўчаць*; з дзеясловамі ветлівасці *дзякаваць, дараваць, прабачыць, выбачыць* і інш.

Каардынацыя дзейніка і выказніка ў сказе. Абумоўленаць формы адзіночнага/множнага ліку выказніка ў залежнасці ад яго семантыкі і ад дзейніка, выражанага рознымі мадэлямі колькасна-іменных словазлучэнняў (*група студэнтаў сядзела, шасцёра спевакоў стаялі, музыкантаў з дваццаць увайшлі ў залу, пяць экспазіцый прывезена, выкладчык са студэнтамі маўчалі, большасць інструментаў ляжала і інш.*).

Сінтаксічная неаднастайнасць публіцыстычнага маўлення: спалучэнне кніжнага сінтаксісу (ужыванне складаных сказаў і простых, ускладненых адасобленымі членамі, пабочнымі словамі і сказамі, устаўнымі канструкцыямі і г.д.) з гутарковым (выкарыстанне няпоўных сказаў, парцэляваных і далучальных канструкцый і г.д.) і інш.

Стылістычнае выкарыстанне простага і ўскоснай мовы ў друкаваных СМІ і рэкламе.

Тэма 6. Фанетычныя, графічныя рэсурсы маўленчага ўздзеяння ў мове рэкламы і газетнай публіцыстыкі

Паняцце мілагучнасці і немілагучнасці маўлення. Роля гукавой арганізацыі тэксту ў публіцыстычным стылі. Фанетычныя сродкі выразнасці (алітэрацыя, асананс, анафара, эпіфара, складападзел). Тыпы і крыніцы немілагучнасці публіцыстычнага маўлення.

Графічныя сродкі маўленчага ўздзеяння ў мове рэкламы і газетнай публіцыстыкі (абзацнае члянэнне, шрыфтавыя сродкі (курсіў, тлусты шрыфт, разрадка і інш.), спалучэнне кірылічнага і лацінскага шрыфтоў, вялікая літара ў агульных назоўніках у пачатку і сярэдзіне слоў, каляровыя выдзяленні, падкрэсленне і г.д.).

Тэма 7. Выразныя сродкі мовы ў аспекце маўленчага ўздзеяння ў друкаваных СМІ і рэкламе

Паняцце тропа як спосабу пераноснага словаўжывання. Віды тропаў.

Эпітэт як трапная і вобразная характарыстыка з'яў рэчаіснасці. Граматычнае выражэнне тропа. Класіфікацыя эпітэтаў. Асаблівасці функцыянавання эпітэтаў у СМІ і рэкламе.

Метафара. Структурна-граматычныя разнавіднасці пераносу найменняў. Спецыфіка метафары ў газетных і рэкламных тэкстах. Негатыўнае пераносна-вобразнае словаўжыванне як спосаб стварэння вербальнай агрэсіі.

Сінекдаха і метанімія як пераносныя назвы, заснаваныя не на падабенстве прадметаў, з'яў і інш., і іх ужыванне ў публіцыстыцы. Персаніфікацыя (увасабленне) як асобная разнавіднасць метафары.

Перыфраза. Структурна-семантычная характарыстыка перыфрастычных выказаў прадметнага і дзеяслоўнага значэнняў. Традыцыйныя (устойлівыя) і індывідуальна-аўтарскія перыфразы, іх выкарыстанне ў газетных артыкулах.

Прэцэдэнтныя феномены ў дыскурсе беларускіх друкаваных СМІ. Спосабы трансфармацыі выказванняў-цытат. Функцыя прэцэдэнтных тэкстаў у газетных і рэкламных тэкстах.

Стылістычна не апраўданае выкарыстанне тропаў у публіцыстыцы.

Стылістычныя фігуры як трансфармацыя сінтаксічных структур. Віды стылістычных фігур (ампліфікацыя, градацыя, паралелізм, інверсія, рытарычнае пытанне, анафара, эпіфара і інш.) і іх роля ў друкаваных СМІ і рэкламе.

Тэма 8. Камунікатыўны кантакт і ўмовы яго дасягнення. Стратэгія маўленчых паводзінаў

Камунікатыўны кантакт. Віды камунікатыўнага кантакту. Прыёмы стварэння займальнасці выступлення. Моўныя прыёмы дыялагізацыі маналогу. Прынцыпы камунікатыўнага супрацоўніцтва (правілы маўленчых паводзінаў) і стратэгія маўленчых паводзінаў. Камунікатыўная стратэгія як комплекс маўленчых дзеянняў, накіраваных на дасягненне камунікатыўнай мэты. “Адкрытая” і “закрытая” стратэгіі маўленчых паводзінаў. Кантроль у маўленчых зносінах (камунікатыўны маніторынг).

ВУЧЭБНА-МЕТАДЫЧНАЯ КАРТА ВУЧЭБНАЙ ДЫСЦЫПЛІНЫ

для студэнтаў завочнай формы навучання

№ п/п	Назва тэмы, раздзела	Колькасць аўдыторных гадзін		
		лекцыі	семінарскія заняткі	Форма кантролю ведаў
1.	Публіцыстычны стыль, яго функцыянальна-ныя, лексічныя і граматычныя асаблівасці. Маўленчыя асаблівасці сучасных друкаваных СМІ	2		рэфераты
2.	Механізмы намінацыі і праблемы выбару слова ў газетных і рэкламных тэкстах. Патэнцыял маўленчага ўздзеяння лексічнай сістэмы мовы	2		рэфераты
3.	Выразныя сродкі мовы ў аспекце маўленчага ўздзеяння ў друкаваных СМІ і рэкламе	2		рэфераты
4.	Камунікатыўны кантакт і ўмовы яго дасягнення. Стратэгія маўленчых паводзінаў		2	вуснае апытанне, выкананне практычных заданняў
	Усяго	6	2	

ІНФАРМАЦЫЙНА-МЕТАДЫЧНАЯ ЧАСТКА

Літаратура

Асноўная

1. *Ассуірова, Л.В.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: учеб. пособие. / Л.В. Ассуірова, М.Р. Савова, З.С. Смелкова. – М.: Флинта, 2006. – 320 с.
2. *Багамолава, А.М.* Стылістыка і культура беларускага маўлення ; вучэб. дапам. / А. М. Багамолава, Г. К. Семянькова. – Мн. : Выд-ва Граўцова, 2012. – 304 с.
3. *Иссерс, О.С.* Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О.С. Иссерс. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
4. *Іўчанкаў, В.І.* Дыскурсе беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В. І. Іўчанкаў. – Мінск: БДУ, 2003. – 257 с.
5. *Іўчанкаў, В.І.* Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз СМІ: Курс лекцый / В.І. Іўчанкаў. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009. – 280 с.
6. *Станкевіч, А. А.* Рыторыка: вучэбны дапаможнік / А.А. Станкевіч. – Мн.: РІВШ, 2010. – 316 с.
7. *Стернин, И.А.* Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. –Воронеж: Истоки, 2012. — 178 с.
8. *Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С.* Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. — СПб.: Издательство "Питер", 1999. —736 с.
9. *Цікоцкі, М.Я.* Стылістыка тэксту: вучэб. дапам. для студэнтаў выш. навуч. устаноў філалаг. профілю / М.Я. Цікоцкі. – Мінск: Беларуская навука, 2002. – 223 с.

Дадатковая

1. *Асновы культуры маўлення і стылістыкі*: Вучэб. дапам. / Пад рэд. У.В.Анічэнка. – Мн.: Універсітэцкае, 1992
2. *Дзядова, А.С.* Чалавек у лютэрку беларускай фразеалогіі і парэміялогіі : манаграфія / А. С. Дзядова. – Віцебск : ВДУ імя П. М. Машэрава, 2013. – 160 с.
3. *Жыццём і словам прысягаючы...* : да 90-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага: зб. навук. прац / пад агул. рэд. д-ра філал. навук праф. В.І. Іўчанкава. – Мінск, 2012. –
4. *Журналістыка-2012*: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 14-й Міжнар. навук. канф., 6–7 сн. 2012 г., Мінск / рэдкал. С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.] – Вып. 14. – Мінск, 2012.
5. *Журналістыка-2014*: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практ. канф., 4–5 сн. 2014 г., Мінск / рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 16. – Мінск, 2014. –
6. *Зелянко, С.В.* Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні; навук. рэд. В.І.Іўчанкаў/ С.В. Зелянко. – Мінск: БДУ, 2012. – 195 с.
7. *Карповіч, М.П.* Рытарычны ідэал у журналістыцы: навукова-практычны пошук / М. П. Карповіч. – Мінск: Тэхнапрынт, 2004. – 202 с.
8. *Костомаров, В.Г.* Языковой вкус эпохи: Из наблюдений ад речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – СПб.: Златоуст, 1999. – 319 с.
9. *Кривенко, Б.В.* Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект / Б.В. Кривенко. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1993. – 136 с.
10. *Лексікалогія сучаснай беларускай літаратурнай мовы* / пад рэд. А. Я. Баханькова. – Мінск : Навука і тэхніка, 1994. – 463 с.
11. *Малажай, Г.М.* Сучасная беларуская мова: Слова. Перыфраза. Фразеалагізм: Вучэбны дап. для педінстыт-аў / Г.М. Малажай. – Мінск: Вышэйшая школа, 1992. – 238 с.
12. *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации.* Сборник. – М.: Наука, 1990. — 136 с.
13. *Старасценка, Т.Я.* Стылістыка беларускай мовы: Вучэб. дапам. / Т.Я.Старасценка, В.В.Урбан, Ф.С.Шумчык. – Мн.: БДПУ, 2009. – 219 с.
14. *Стральцоў, Б.В.* Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства / Б.В. Стральцоў. – Мн.: Выд-ва БДУ, 1977. – 336 с.
15. *Цікоцкі, М.Я.* Стылістыка беларускай мовы: вучэб. дапам. для фак. Журналістыкі / М.Я. Цікоцкі. – 2-е выд., перапрац. і дап. – Мінск: Універсітэцкае, 1995. – 294 с.
16. *Цікоцкі, М.Я.* Стылістычныя асаблівасці інфармацыйных жанраў газеты / М.Я.Цікоцкі // Культура мовы журналіста: Зб. навук. арт.– Мн.: Універсітэцкае, 1992. – Вып. 6. – С. 99-113.
17. *Шкраба, І.* Лексікалогія: тэарэтычна-практычны курс / І. Шкраба. – Мінск: Тэхналогія, 2012. – 179 с.
18. *Шунейка, В.В.* Размоўная лексіка – сродак экспрэсіі ў газетных тэкстах / В.В. Шунейка // Роднае слова. – 2006. -- № 7. – С. 75-76.
19. *Шунейка, В.В.* Сродкі выражэння кантрасту ў публіцыстычных тэкстах / В.В. Шунейка // Народная асвета. – 2006. -- № 7. – С. 56-58.

20. *Шунейка, В.В.* Экспрэсіўная лексіка ў публіцыстычных творах: эпітэт і метафара як структурны кампанент вобразных сродкаў публіцыстычных твораў / В.В. Шунейка // Народная асвета. – 2007. – № 11. – С. 29-32.
21. *Шунейка, В.В.* Экспрэсіўнае слова і кантэкст / В.В. Шунейка // Роднае слова. – 2008. – № 5. – С. 28-30.
22. *Шунейка, В.В.* Антытэза і аксюмаран як стылістычныя сродкі рэалізацыі кантрасту ў газетна-публіцыстычным стылі / В.В. Шунейка // Мова – Літаратура – Культура: Матэр. V міжнар. навук. канф. (да 80-годдзя прафесара Л.М. Шакуна), Мінск, 16-17 ліст. 2006 г./ Бел. дзярж. ун-т; у аўтарскай рэдакцыі. – Мінск: Права і эканоміка, 2007. – С. 358-360.
23. *Юрэвіч, А.К.* Стылістыка беларускай мовы, 2-е выд. / А.К. Юрэвіч. – Мн.: Вышэйш. шк., 1992. – 288 с.

Слоўнікі

1. *Арашонкава, Г.У.* Кароткі слоўнік беларускай мовы / Г.У.Арашонкава, В.П. Лемцюгова. – Мн.: Маст. літ., 1994. – 367 с.
2. *Арашонкава, Г.У.* Кіраванне ў беларускай і рускай мовах: Слоўнік-даведнік / Г.У. Арашонкава, В.П. Лемцюгова.– Мн.: Выш. школа, 1991. – 303 с.
3. *Беларускі арфаграфічны слоўнік* – Мн.: Нац. Акадэмія навук Беларусі. Інстытут мовы і літаратуры ім. Я. Коласа і Я. Купалы, 2010. – .
4. *Беларуска-рускі слоўнік: У 2 т.* / Академия наук Белорусской ССР, Институт языкознания имени Якуба Коласа ; ред. академик АН БССР К. К. Атрахович (Кондрат Крапива). / 1 том – Мн.: БелСЭ ім. П. Броўкі, 1988– 813 с., 2 том – Мн.: БелСЭ ім. П. Броўкі, 1989 – 748 с., 1989.
5. *Беларуская мова: Энцыклапедыя* / Пад рэд. А.Я. Міхневіча. – Мінск: БелЭН, 1994. – 653 с.
6. *Бірыла, М.В.* Слоўнік беларускай мовы: Арфаграфія. Арфаэпія. Акцэнтацыя. Словазмяненне – Мн.: БелСЭ, 1987. – 903 с.
7. *Булыка, А.М.* Слоўнік іншамоўных слоў: У 2 т. / А.М.Булыка. – Мн.: Бел. Эн., 1999.
8. *Гаўрош, Н.В.* Слоўнік эпітэтаў беларускай мовы / Н.В.Гаўрош. – Мн.: Выш. школа, 1998. – 603 с.
9. *Грабчыкаў, С.М.* Слоўнік паронімаў беларускай мовы / С.М.Грабчыкаў. – Мн.: Нар. асв., 1994. – 478 с.
10. *Клышка, М.К.* Слоўнік сінонімаў і блізказначных слоў / М.К.Клышка. – Мн.: ПУП “Радыёла-плюс”, 2005. – 672 с.
11. *Лазоўскі, М.У.* Слоўнік антонімаў беларускай мовы / М.У.Лазоўскі. – Мн.: Універсітэцкае, 1994. – 354 с.
12. *Лепешаў, І.Я.* Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы: У 2 т. / І.Я.Лепешаў. – Мн.: Бел Эн, 1993.

13. *Русско-белорусский* словарь: В 3 т. – Мн.: Бел Эн, 1993.
14. *Русско-белорусский* словарь. В 3 т. Т. 2. Л-П / Национальная академия наук Беларуси, Институт мовы і літаратуры імя Якуба Коласа і Янкі Купалы ; под ред. А. А. Лукашанца. – Изд. 10-е, перераб. и доп. – Минск : Беларуская энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2012. – 943 с.
15. *Слоўнік цяжкасцяў беларускай мовы* / Б.А.Плотнікаў, В.П.Трайкоўская. – Мн.: Кніжны Дом, 2004. – 544 с.
16. *Старычонак, В.Д.* Слоўнік амонімаў беларускай мовы / В.Д.Старычонак. – Мн.: Выш. школа, 1991. – 255 с.
17. *Сцяцко, П.У.* Слоўнік лінгвістычных тэрмінаў / П.У.Сцяцко, М.Ф.Гуліцкі, Л.А.Антанюк. – Мн.: Выш. школа, 1990. – 222 с.
18. *Тлумачальны* слоўнік беларускай літаратурнай мовы – Мн.: Бел Эн, 1996. 784 с.
19. *Тлумачальны* слоўнік беларускай літаратурнай мовы : больш за 65 000 слоў / Інститут мовазнаўства імя Якуба Коласа ; [уклад.: І. Л. Капылоў і інш.] ; пад рэд. І. Л. Капылова. – Мінск : Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2016. – 967 с.
20. *Тлумачальны* слоўнік беларускай мовы: У 5 т. – БелСЭ, 1978-1984.
21. *Шкраба, І.* Крынічнае слова: беларускія прыказкі і прымаўкі / І.Шкраба, Р.Шкраба. – Мн.: Маст. літ., 1987. – 286 с.
22. *Шкраба, І.Р.* Самабытнае слова: Слоўнік беларускай безэквівалентнай лексікі (у рускамоўным дачыненні) / І.Р.Шкраба. – Мн.: Бел Эн, 1994. – 234 с.
23. *Этымалагічны* слоўнік беларускай мовы. – Т. 1-8. – Мн.: Навука і тэхніка, 1979-1993.

Вуснае апытанне з'яўляецца адным са спосабаў праверкі ведаў, уменняў і навыкаў студэнта аб сістэме мовы і маўленні.

Вуснае звязнае выказванне паказвае ўзровень засваення студэнтам агульных палажэнняў, правіл, азначэнняў і ўменне прымяняць атрыманыя веды на практыцы, а таксама ўменне студэнтаў ствараць звязнае, лагічна паслядоўнае паведамленне на пэўную тэму.

Пры ацэнцы адказу студэнта ўлічваецца наступнае:

- 1) ступень усвядомленасці вывучанага;
- 2) уменне прымяняць веды на практыцы;
- 3) моўнае афармленне адказу (захаванне літаратурных норм беларускай мовы);
- 4) лагічнасць, дакладнасць, доказнасць, паўната, выразнасць адказу.

Пералік рэкамендаваных сродкаў дыягностыкі

Для дыягностыкі прафесійных кампетэнцый, выяўлення ўзроўню засваення ведаў і ўменняў па вучэбнай дысцыпліне рэкамендаваны наступны інструментарый:

- выкарыстанне тэставых заданняў;
- напісанне рэфератаў па асобных раздзелах вучэбнай дысцыпліны;
- распрацоўка і прэзентацыя праектаў па асобных тэмах вучэбнай дысцыпліны;
- распрацоўка аўдыявізуальнай прэзентацыі (не карацей за 2 хвіліны дэманстрацыі);
- вуснае апытанне студэнтаў на практычных занятках;
- залік.

Характарыстыка рэкамендаваных метадаў выкладання

Да эфектыўных педагагічных методаў і тэхналогій, якія садзейнічаюць далучэнню студэнтаў да пошуку і выкарыстання ведаў, набыццю вопыту самастойнага вырашэння задач, адносяцца:

- гісторыка-тэматычны падыход;
- тэхналогіі праблемна-модульнага навучання;
- тэхналогіі вучэбна-даследчай дзейнасці;
- камунікатыўныя тэхналогіі (дыскусіі, дыялогі, абмен думкамі і інш.);
- метады аналізу канкрэтных сітуацый.

Для кіравання вучэбным працэсам і арганізацыі кантрольна-ацэначнай дзейнасці выкладчыкам рэкамендуецца выкарыстоўваць рэйтынжавыя, крэдытна-модульныя сістэмы ацэнкі вучэбнай і даследчай дзейнасці студэнтаў, варыятыўныя мадэлі кіруемай самастойнай работы, вучэбна-метадычныя комплексы. У практыку правядзення

семінарскіх заняткаў мэтазгодна ўкараняць методыкі актыўнага навучання, дыскусійныя формы.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

МАЎЛЕНЧАЕ ЎЗДЗЕЯННЕ Ў РЭКЛАМЕ І СМІ

*Вучэбная праграма ўстановы вышэйшай адукацыі
на вучэбнай дысцыпліне для спецыяльнасцей:*

*1-21 04 01 Культуралогія (на напрамках),
1-21 04 02 Мастацтвазнаўства (на напрамках),
1-23 01 14 Сацыяльна-культурная дзейнасць*

Карэктар В. Б. Кудласевіч
Тэхнічны рэдактар Л. М. Мельнік

Падпісана ў друк 2017. Фармат 60x84 ¹/₁₆.
Папера офісная. Рызаграфія.
Ум. друк. арк. . Ул.-выд. арк. 1,31. Тыраж экз. Заказ .

Выдавец і паліграфічнае выкананне:
УА «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў».
Пасведчанне аб дзяржаўнай рэгістрацыі выдаўца, вытворцы,
распаўсюджвальніка друкаваных выданняў № 1/177 ад 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 ад 23.01.2014.
Вул. Рабкораўская, 17, 220007, г. Мінск.