

Городецкая Л.А. “Теория аргументации и искусство убеждать: речевое воздействие в профессиональной коммуникации”. Теоретический курс по выбору.

1. “Теория аргументации и искусство убеждать: речевое воздействие в профессиональной коммуникации”. Теоретический курс по выбору.

2. Доктор культурологии, кандидат филологических наук, профессор кафедры теории преподавания иностранных языков Городецкая Людмила Александровна.

3. Курс лекций читается студентам 4-го курса факультета иностранных языков и регионоведения МГУ, отделения лингвистики и межкультурной коммуникации, специализирующимся по профилю «Теория и методика преподавания иностранных языков и культур», для которых английский язык – первый иностранный.

4. Цель курса – знакомство студентов с различными способами речевого воздействия на основе интеграции античной риторики и современных коммуникативных и психолингвистических теорий. Задачи курса: а) познакомить студентов с древними и современными теориями аргументации и речевого воздействия; б) научить студентов применять научные теории в современной профессиональной деятельности; в) выработать навыки критического восприятия, эффективного использования и самостоятельного составления убеждающих текстов на английском языке.

5. Тематика курса: античная риторика и ее современные воплощения; типы аргументов и способы эмоционального воздействия на аудиторию; стилистические средства, помогающие формировать взгляды и мнения реципиентов; методы коммуникативных исследований и их применение при анализе убеждающих речевых произведений разного типа; способы защиты от пропаганды и демагогии в современном мире.

6. Продолжительность курса – 32 часа. Курс читается в весеннем семестре два академических часа в неделю.
7. Курс читается на английском языке.
8. Итоговый контроль – зачет, который ставится на основе итогового реферата и устного доклада, которые иллюстрируют теоретические вопросы курса примерами убеждающих воздействий из средств массовой информации и рекламы на английском языке.
9. Основной учебный материал – Charles Larson “Persuasion: Reception and Responsibility”, 7th and 8th editions, Wadsworth Publishing Company (имеется в необходимом количестве в библиотеке факультета). Дополнительная литература подбирается студентами при подготовке докладов и рефератов.