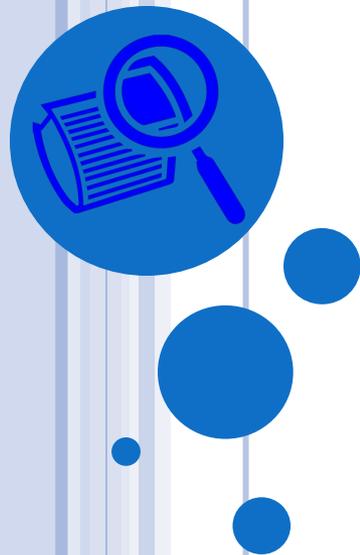


**ГБПОУ НАО «НЕНЕЦКИЙ АГРАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ
ИМЕНИ В.Г. ВОЛКОВА»**

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПО ТЕМЕ:

**«ПРИЁМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В
ГАЗЕТНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ»**



**Выполнила студентка
специальности 38.02.01**

Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

2 курса, 281 группы,

Клепикова Мария Сергеевна

Преподаватель

Сыровенко Анна Александровна

Цель работы: исследование речевых приемов воздействия в газетных публикациях на читателя и степени эффективности такого воздействия.





- ▣ **Объект исследования:**
тексты газетных публикаций
- ▣ **Предмет исследования:** речевые приемы, используемые в газетных публикациях для реализации воздействия на общество (адресата) и манипуляции его сознанием.



1. Введение



2.1 Терминология приемов речевых воздействий и методы воздействия СМИ на адресата



2.2 Отражение специфики приемов речевого воздействия и их эффективность



3. Заключение



ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Терминология приемов речевых воздействий и методы воздействия СМИ на адресата

ПОНЯТИЕ РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

В широком смысле

- передача информации в устной или письменной формах, путем воздействия на его сознание, поведение и эмоции с помощью лингвистических речевых средств.

В узком смысле

- использование особенностей устройства и функционирования языка, с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения.





ИНТЕГРАЛЬНАЯ НАУКА



```
graph TD; A[Методы влияния СМИ] --- B[Преобразование коммуникативно-содержательной стороны информации]; A --- C[Методы эмоционального воздействия];
```

Методы влияния СМИ

Преобразование
коммуникативно-
содержательной стороны
информации

Методы эмоционального
воздействия

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ СТОРОНЫ ИНФОРМАЦИИ

- Утаивание информации
- Искажение
- Создание лжесобытий
- Манипулирование со временем и местом ее подачи
- Перегрузка адресатов сведениями



МЕТОДЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВО

- Сенсационность
- Метод запугивания
- Медианасилие

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА

- Метод фрагментации
- Упрощение
- Повторение
- Использование терминологии (эвфемизмы)
- Приемы овеществления и олицетворения
- Эффект присутствия и ведение эксперта



ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2. Отражение специфики приемов речевого воздействия и их эффективность

```
graph TD; A[Метаграфемика] --- B[Супраграфемика]; A --- C[Топографемика]
```

Метаграфемика

Супраграфемика

Топографемика

СУПРАГРАФЕМИКА

- это выбор шрифтовых гарнитур, средств шрифтового выделения

курсив, подчеркивание, разрядка,
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАГЛАВНЫХ БУКВ,
варьирование насыщенности и размера
шрифта.

ТОПОГРАФИКА

- это способы размещения печатного текста на плоскости



ВЫБОР СЛОВ И ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

- В значении многих слов имеется эмоциональная составляющая
- Слова могут фиксировать в своем содержании различные точки зрения
- Слова, фиксирующие отношения «свой/чужой»
- Привычная и софистицированная лексика
- Использование пассивного залога вместо активного и номинализация



ВЫБОР СЛОВ И ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

- В значении многих слов имеется эмоциональная составляющая
- Слова могут фиксировать в своем содержании различные точки зрения
- Слова, фиксирующие отношения «свой/чужой»
- Привычная и софистицированная лексика
- Использование пассивного залога вместо активного и номинализация



ВЫБОР СЛОВ И ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

- В значении многих слов имеется эмоциональная составляющая
- Слова могут фиксировать в своем содержании различные точки зрения
- Слова, фиксирующие отношения «свой/чужой»
- Привычная и софистицированная лексика
- Использование пассивного залога вместо активного и номинализация



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Газетный текст, являясь текстом особого типа, оказывает значительное влияние на сознание и эмоции адресата.

Общение «газета – читатель» задает условия подчинения читателя воле журналистов.

Представления читателя об окружающем мире часто зависят от информации, которую представляет ему газета.

