### Межфакультетский учебный курс осеннего семестра 2018/2019 учебного года филологического факультета

**«ТЕХНИКА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

**В ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**/ TECHNIQUES OF LINGUISTIC PERSUASION IN PUBLIC COMMUNICATION»**

Программа курса

1. Языковая личность как центральная фигура лингвистики XXI века. Языковая личность в ситуации общения. Взаимодействие в речи участников коммуникации с позиций лингвистической прагматики.

2. Различение языка и речи. Речь как деятельность: субъект и объект речи, целенаправленность, стратегия и тактика речевой деятельности.

3. Понятие намеренности (интенциональности) в теории речевой деятельности. Явные и скрытые цели высказывания. Прямые и косвенные речевые акты. Выбор стратегии и тактики в соответствии с целью высказывания. Текст как единица лингвопрагматики. Прагматика адресанта и адресата. Типы речевой коммуникации. Сопоставление текстов разных функциональных стилей по направлению коммуникации, соотношению прямых и косвенных речевых форм.

4. Выбор стратегии и речевой тактики предвыборных компаний. Предвыборные слоганы. Противоречия в реализации интенции. Понятие интенциональной ошибки.

5. Текст как единица лингвистического анализа. Элементы макроструктуры текста (рубрика, хедлайн, заголовок и подзаголовок, лид, подпись, теги) и их роль в реализации интенции. Понятие хронотопа в применении к публицистическому тексту. Смена модальностей на службе интенции. Создание искусственного противоречия или снятие противоречия как прием. Критический анализ газетно-публицистического текста. Определение интенции, речевой стратегии и речевой тактики. Оценка успешности речевых актов.

6. Типология и классификации непрямых (косвенных средств) речевого воздействия в публицистических текстах.

7. Количественная характеристика и косвенная количественная оценка в речевой и логической речевой структуре интенционального текста. Средства количественной оценочности и их функции в конкретных газетно-публицистических текстах.

8. Номинации по родовому и по видовому признакам. Место родовой номинации по отношению к видовым; порядок видовых названий в тексте; градация.

9. Проблемы номинации с позиций прагматики текста: оценочность и многозначность. Оценочные компоненты номинации: изменчивость во времени и зависимость от контекста. Нарочитая двусмысленность.

10. Модальность объективная и субъективная на службе интенции. Репертуар модальных средств в тексте. «Чужая речь» как косвенное речевое средство.

11. Прецедентный текст в интенциональной структуре коммуникации. Типы прецедентных текстов.

12. Логическая организация текста: снятие противоречия / создание искусственного противоречия; введение необязательного элемента информации / замещение информации «псевдоинформацией».

13. «Правила хорошего текста»: подчинение каждого элемента текста заданной интенции.

План лекций

1. Языковая личность в ситуации общения. Взаимодействие в речи участников коммуникации с позиций лингвистической прагматики.

2. Речь как деятельность: субъект и объект речи, целенаправленность, стратегия и тактика речевой деятельности.

3. Понятие намеренности (интенциональности) в теории речевой деятельности.

4. Критический анализ речевой составляющей президентских и парламентских избирательных кампаний. Предвыборные слоганы.

5. Критический анализ газетно-публицистического текста. Определение интенции, речевой стратегии и речевой тактики. Оценка успешности речевых актов.

6. Классификации непрямых (косвенных средств) речевого воздействия в публицистических текстах.

7. Количественная характеристика и косвенная количественная оценка в речевой структуре интенционального текста.

8. Количественная характеристика и косвенная количественная оценка в логической речевой структуре интенционального текста.

8. Средства номинации. Оценочные компоненты номинации.

9. Номинации по родовому и по видовому признакам. Место родовой номинации по отношению к видовым; порядок видовых названий в тексте.

10. Репертуар модальных средств в тексте. «Чужая речь» как косвенное речевое средство.

11. Прецедентный текст в интенциональной структуре коммуникации. Типы прецедентных текстов. Целенаправленный выбор элементов информации.

12. Создание искусственного противоречия / снятие противоречия. «Правила хорошего текста»: подчинение каждого элемента текста заданной интенции.

Зачет проставляется по итогам публичной защиты текста.

*Для чтения лекций требуется компьютер и проектор; для учащихся доступ к интернету.*