**Вопросы к зачету по межфакультетскому курсу**

**«Техника речевого воздействия в публичной коммуникации»**

**Темы рефератов**

**Вопросы к зачету**

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. Национально-культурная специфика косвенных речевых актов.

4. Выбор стратегии и тактики в соответствии с целью высказывания. Коммуникация по горизонтали и по вертикали. Выбор средств косвенного речевого воздействия и средств прямого речевого воздействия в разных типах речи.

5. 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.

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

7. Текст как единица лингвистического анализа. Элементы макроструктуры текста (рубрика, хедлайн, заголовок и подзаголовок, лид, подпись, теги) и их роль в реализации интенции.

8. Понятие хронотопа в применении к публицистическому тексту. Смена модальностей на службе интенции.

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

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

**Темы рефератов**

1. Критический анализ газетно-публицистического текста со скрытой интенцией. Определение интенции, речевой стратегии и речевой тактики. Мотивированная оценка успешности речевой коммуникации.
2. Анализ средств косвенной количественной оценочности в СМИ. Примеры использования различных средств косвенной количественной оценочности, их классификация.
3. Написать текст на основе предложенных материалов с заданной интенцией (положительной или отрицательной).
4. Осуществить анализ общественно значимой кампании (выборы разного уровня, референдум, пресс-конференция) с позиций ее успешности в реализации интенции. Проанализировать средства косвенного речевого воздействия.
5. Подготовить текст публичного выступления на актуальную тему. Обосновать выбор стратегии и тактики речевой коммуникации. Выявить элементы, специфические для русскоязычной и иноязычной аудитории.