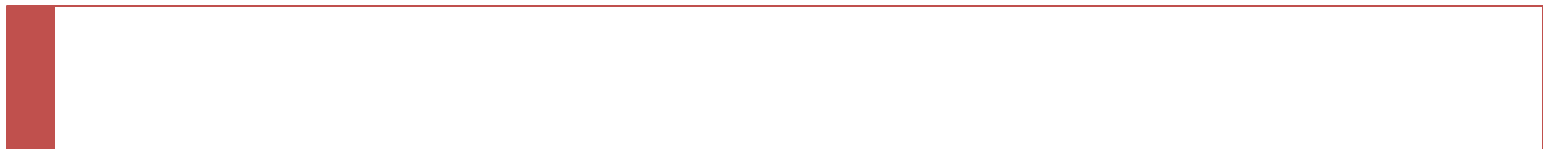
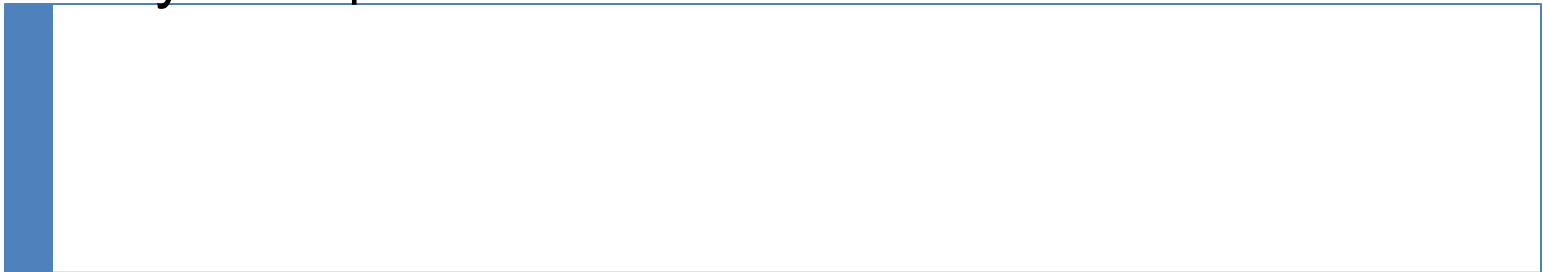


## Публичная коммуникация

1. Публичная коммуникация и ее формы.
2. Жанры публичной коммуникации.
3. Устная публичная учебная коммуникация.
4. Устная деловая публичная коммуникация.
5. Специальные жанры деловой публичной коммуникации.



# Определение публичной коммуникации

---

- Публичная коммуникация – это вид устного общения, при котором информация в обстановке официальности передается значительному числу слушателей.



# Характеристика публичной коммуникации

---

- передача информации, затрагивающей общественный интерес,
- социальный статус лица, передающего информацию,
- официальность обстановки общения,
- специально организованная аудитория слушателей,
- институциональный (статусно-ориентированный) характер общения



# Формы публичной коммуникации

---

- устная;
- письменная



# Жанры публичной коммуникации

---

В учебной сфере деятельности к жанрам публичного общения относятся:

- объяснение учителя на уроке,
- педагогический диалог учителя и учеников в ситуации опроса,
- лекция,
- семинар,
- защита курсовой.
- Основная цель учебного публичного общения — передача знаний и контроль за уровнем знаний.



---

В научной сфере основными жанрами публичного общения являются:

- научный доклад,
- научное сообщение на конференции,
- круглый стол,
- защита кандидатских и докторских диссертаций на ученом совете.
- Основная функция устного научного публичного общения — нахождение научной истины или признание найденной научной истины истиной.



---

В деловой сфере можно выделить жанры общения, общие для всех субъектов деятельности независимо от сферы трудовой деятельности (завод, театр, школа и т.д.):

- собрание,
- банкет,
- юбилей,
- панихида,

Их цель — обеспечить функционирование трудового коллектива как единого организма.

---



## Специальные и РК-жанры в деловой сфере

---

- Цель специальных жанров устной публичной деловой речи – обеспечение функционирования государства, обеспечение безопасности граждан и пр.
- Цель РК жанров - создание позитивной известности организации (пресс-конференция и презентация)





# Общественно-политическая и социально-культурная сферы

---

- жанр политического выступления на митинге,
- публичные телевизионные интервью,
- дискуссии



# Религиозная сфера

---

- Проповедь как жанр публичного общения, направленного на формирование нравственных ценностей и общий духовный рост прихожан.



# Публичная коммуникация дает человеку ВОЗМОЖНОСТЬ

---

- осуществлять совместную деятельность с другими по успешному решению жизненных задач;
- получать знания о мире;
- формировать образцы и модели своего поведения;
- организовывать мышление, развивать способность к анализу и оценке, создавать образ мира.



- 
- Коммуникативные системы
  - Диалогические
  - Монологические



# Публичная учебная коммуникация

---

- Основными жанрами публичной учебной речи являются монологические жанры — лекция и объяснение на уроке, где адресантом выступает преподаватель или учитель, а адресатом — поток студентов, класс.



# Лекция

---

- Лекция – это «цельно оформленное речевое произведение публичной адресованности на научные темы, обладающее устойчивыми, повторяющимися и воспроизводимыми признаками, общезначимыми для носителя языка».



# Признаки лекции

---

- вид общения — объяснительный монолог, включающий анализ фактов, выделение их существенных признаков, сопоставление с другими фактами с целью установления обобщающих выводов;
- цель лекции — передать знания так, чтобы они были усвоены;
- четкое трехчастное членение: на зачин, среднюю часть и концовку;
- порционная подача материала, дающая возможность ее письменного фиксирования слушателями



- 
- зрительная наглядность объяснения с помощью чертежей, графиков, таблиц и т.д.;
  - подготовленный характер, т.е. четкий план лекции, тезисы лекции или весь текст, что не исключает элементов импровизации в лекции, связанных с наличием адресата в аудитории;
  - временная протяженность — 1 час 30 минут;





- 
- большое количество контактоустанавливающих средств, направленных на диалогизацию монолога и выражающихся не просто в использовании формальных приемов внешней диалогизации, а пронизывающих всю содержательную часть лекции.




# Средства привлечения внимания

---

## Автокомментирование

- членение речи на части («Я начну с...»; Мы будем рассматривать...»; «И последнее»);
- обозначение перехода к новой теме, обозначение конца темы («Ну, теперь переходим к вопросу о...»; «Я подхожу ко второму вопросу»);




- 
- введение цитаты, иллюстрации («Я сейчас прочту несколько строчек»; «Я просто приведу некоторые примеры»; «Вот обычный пример»);
  - характеристика собственной речи («Я только кратко скажу о...»; «Это предварительное определение»; «Ну, это так, в шутку сказано»).
  - Элементы автокомментирования обеспечивают связность текста и цельность его содержания
- 
- 


## Контактоустанавливающие средства

---

- этикетные формулы («Уважаемые коллеги! Разрешите мне...»; «Благодарю за внимание»; «Вопросы, пожалуйста»; «Позвольте мне на этом закончить»);
- апелляция к предварительным знаниям слушателей («Вы прекрасно знаете, что...»; «Вы, конечно, помните, что...»);
- прямые призывы к сомышлению («Представьте себе...»; «Давайте предположим, что...»);



- 
- прямые вопросы аудитории, контролирующие понимание и восприятие («Это понятно?»; «Может быть, слишком быстро?»);
  - подключение разных типов мышления, переключение с абстрактного типа мышления на конкретное, образное с помощью забавных историй;
  - использование конструкций, декларирующих общую позицию, например риторических вопросов.
- 
- 

- 
- Важным контактоустанавливающим средством выступают невербальные компоненты коммуникации: интонация, жесты, мимика, поза, контакт глазами.
  - Они выполняют функции выделения главного, передают эмоции и чувства говорящего.
- 
- 

# Устная деловая публичная коммуникация

---

- Деловое общение - процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр.
- Деловое общение может проходить в форме межличностного (например, деловая беседа), группового (совещание, переговоры) или коллективного общения (собрание).



# Жанры деловой публичной коммуникации

---

- Собрание — устное коммуникативное взаимодействие коллектива, которое организуется руководителем организации для обмена определенной деловой информацией, связанной с жизнью коллектива.
- Проведение собрания всегда связано с одной из функций управления — планирования, организации, мотивации или контроля.






# Основные особенности собрания

---

- подготовленный характер общения, т.е. наличие заранее объявленной повестки дня (обсуждаемых вопросов и основных докладчиков);
- наличие ведущего — председателя собрания, который следит за соблюдением процедуры собрания;
- наличие регламента, временная протяженность всего собрания не более 2 часов 10 минут;



- 
- чередование монологических, диалогических и полилогических форм общения, обычно — основное сообщение, вопросы, выступления с мест в виде дискуссии;
  - ведение протокола собрания;
  - принятие решений по итогам собрания на основе голосования;
  - групповой характер общения со всеми вытекающими отсюда последствиями.
- 
- 

# Этикетные речи как жанр публичной деловой коммуникации

---

Целями этикетных речей могут быть:

- закрепление и поддержание конвенциональных отношений в социальной группе или между социальными группами,
- обеспечение регуляции социальной психики в больших и малых группах людей,
- создание и сохранение ритуальных традиций организации.



# Виды этикетных речей

---

- протокольные (рамочные);
- торжественные,
- траурные,
- речи в дружеском кругу

Человек, обладающий высоким социальным статусом, должен владеть всеми этими жанрами ритуального общения.



# РК-жанры

---

- Пресс-конференция – встреча официальных лиц (руководителей, политических деятелей, представителей государственной власти, специалистов по связям с общественностью, бизнесменов и т.д.) с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам.
- Пресс-конференции обычно проводятся по итогам какой-то важной встречи в стратегических целях, т.е. в целях продвижения какой-то идеи, создания вокруг нее положительного общественного мнения.



# Специальные жанры деловой публичной коммуникации

---

- Парламентские дебаты (или парламентские слушания) — это комплексный жанр устной публичной речи, представляющий собой коллективное обсуждение политической проблемы с последующим принятием решения.



# Приемы воздействия, характерные для полемического выступления

---

- формирование мнения аудитории путем обращения к оценкам, выраженным метафорически («криминал», «война», «болезнь», «театр», «цирк», «игра».) Аналогия — очень сильное средство воздействия;
- использование гиперболы (преувеличения) или литоты (преуменьшения), зачастую поддержанных антитезой (противопоставлением).



- 
- намек — не прямое указание на лицо;
  - повторы различного рода: лексико-синтаксические, смысловые (когда близкие по значению слова выстраиваются в один ряд или с усилением смысла (восходящая градация), или, наоборот, со снижением интенсивности признака (нисходящая градация)).







# Жанры устной публицистической коммуникации

---

- телевизионное интервью
- телевизионная дискуссия



- 
- Адресат публичного общения в зависимости от сценария передачи может выполнять в основном пассивную роль наблюдателя — это диалог при слушателях, или активно вовлекаться ведущим в обсуждение проблемы, тогда это скорее диалог для слушателей.
  - В телевизионной дискуссии сталкиваются различные, как правило, противоположные точки зрения на социально значимую проблему.
- 
- 

- 
- Публичная дискуссия проводится не для того, чтобы определить на месте, чья точка зрения правильная или наиболее убедительная, а для того, чтобы привлечь внимание общественности к проблеме, услышать существующие точки зрения на эту проблему, что впоследствии поможет каждому телезрителю или зрителю в студии сформулировать собственное отношение к проблеме.
- 
- 

- 
- В полемической дискуссии цель участников — победить в споре, выставить своего оппонента в невыгодном свете.
  - Участниками такой дискуссии являются чаще всего политики.



---

Спасибо за внимание!

