

Учреждение образования
«Гродненский государственный университет имени Янки
Купалы»

Факультет истории, коммуникации и туризма
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

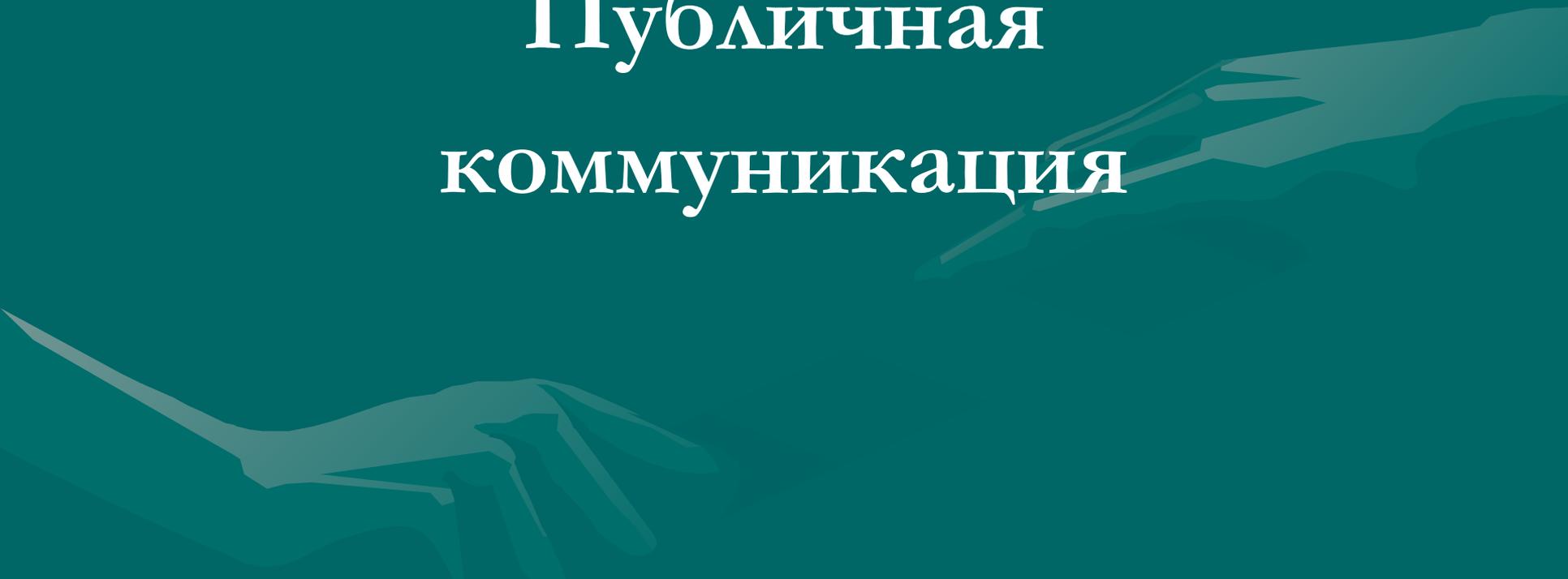
1 курс, 2 семестр

Специальность 1-23 01 02-05 – Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)

Старший преподаватель Овчинникова Н.Н.

ТЕМА 10

Публичная КОММУНИКАЦИЯ

A stylized illustration of two hands, one on the left and one on the right, reaching towards each other. The hands are rendered in a light teal color against a darker teal background. The fingers are slightly curled, suggesting a gesture of offering or connection. The overall style is clean and modern.



Вопросы по теме 10

1. Публичная коммуникации и её особенности.
2. Типология публичной коммуникации.
3. Организация публичных речей.

1. Публичная коммуникации и её особенности

■ **Публичная коммуникация** – вид устного общения, при котором общественно значимая информация в обстановке официальности передаётся значительному числу слушателей.

■ **Функции публичной коммуникации** – достижение согласия на уровнях

- общего знания
- общего мнения
- осуществления совместных действий

■ *Публичный статус коммуникации:*

- определённый социальный статус оратора
- официальность обстановки общения (место и время)
- определённый регламент
- специально организованная аудитория
 - в определённой степени заинтересованная
 - находящаяся в поле зрения говорящего

■ Устная публичная речь:

- участие всех каналов передачи информации (вербальный, невербальный, паравербальный)
- наличие непосредственной обратной связи с адресатом
- непосредственное воздействие на аудиторию

■ Публичное общение обусловлено

- социально (уровень развития общества)
- институционально (сферы общения, соц. институты)
- культурно (нормы и способы достижения понимания)

■ *Формы публичной коммуникации*

развивались в соответствии с
потребностями общества

- взаимодействие и взаимодополнение устной публичной речи и письменных текстов.

2. Типология публичной коммуникации

- Публичная коммуникация различается по *сферам* и *жанрам* её использования.

- **Жанр** – типичное речевое поведение в типичных ситуациях социального взаимодействия

- *вторично* по отношению к жанрам бытовой сферы общения, т.е. необходимо специально учиться:

- нормы литературного языка
 - этикетные, ролевые нормы поведения

- Чем шире круг освоенных речевых жанров, тем выше уровень коммуникативной компетенции.

Сферы и жанры публичной коммуникации

Учебная сфера:

цель – передача знаний, контроль за уровнем знаний (объяснение учителя на уроке, опрос, лекция, семинар, защита курсовой/ дипломной работы).

Научная сфера:

цель – нахождение научной истины, признание найденного знания научной истиной (научный доклад, научное сообщение на конференции, симпозиуме, защита диссертации, круглый стол).

Деловая сфера:

цель – обеспечить функционирование трудового коллектива, информирование общественности (собрание, банкет, пресс-конференция, презентация).

Общественно-политическая и социально-культурная сферы:

цель – привлечение внимания к общественно значимым проблемам, воздействие на сознание аудитории, создание общественного мнения (*политические выступления на митинге, публичные телевизионные интервью и дискуссии*).

Религиозная сфера:

цель – формирование нравственных ценностей, духовный рост прихожан (*проповедь*).

■ **Формы публичной коммуникации по направленности речевого потока:**

- монолог, диалог, полилог

■ **Виды публичной коммуникации по функции:**

- информационная
- убеждающая
- развлекательная

■ **Стили публичной коммуникации по способу предъявления речи:**

- рукописная речь
- заученная речь
- заготовленная речь
- импровизированная речь

3. Организация публичной речи

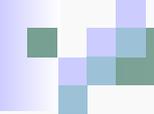
3 базовые категории публичной коммуникации (риторики, аргументации):

- **Этос** – уместность речи (целевая, нравственная, ситуативная)
- **Логос** – словесные средства, использованные создателем речи для реализации её замысла и понимания речи слушателями
- **Пафос** – элементы аргументации, которые эмоционально воздействуют на слушателей



■ ***Этапы подготовки публичной речи:***

- 1) анализ ситуации общения и аудитории
- 2) выбор темы
- 3) определение общей и частной целей
- 4) формулировка центральной и основных идей
- 5) сбор и анализ вспомогательного материала
- 6) написание речи
- 7) репетиция
- 8) презентация



■ ***Структура публичной речи (6):***

1. обращение
2. привлечение внимания
3. введение
4. основная часть
5. заключение

■ ***Методы организации речи (4):***

- проблемный
- тематический
- хронологический
- пространственный
- причинно-следственный

■ ***Вспомогательный материал:***

- определения
- примеры
- статистические данные
- аналогия, сравнения, контрасты
- цитаты
- анекдоты (примеры из собственного опыта)

■ ***Функции вспомогательного материала:***

- внести ясность, уточнить
- доказать
- заинтересовать
- сделать идею запоминающейся

■ **Источники информации** (книги, статьи) должны быть достоверными и актуальными.

■ **Информационные ресурсы:**

□ библиотеки, архивы, сеть Интернет.

■ **Факторы публичного выступления:**

□ «страх сцены»

□ невербальное поведение

(уместные открытые телодвижения, позы, жесты, мимика; регулярный зрительный контакт, улыбка)

□ паравербальное поведение

(уместные и разнообразные темп, громкость, интонация)

□ экстралингвистические средства *(паузы)*

Источники

1. Основы теории коммуникации: учебник для студ. вузов / Под ред. М.А.Василика. – М.: Гардарики, 2003.
2. *Николаева, Ж.В.* Основы теории коммуникации: Учебно-методическое пособие / Ж.В.Николаева. – Улан-Удэ: ВСГТУ, 2004.
3. Adler, R.B. Understanding Human Communication / R.B. Adler, G. Rodman. – 9 ed. – NY: Oxford University Press, 2006.