

Речь как универсальное средство коммуникации

- **Передача информации при помощи речи представляет смысловое сообщение.**
- **Любое «публичное» речевое сообщение должно быть создано в соответствии с «риторическим каноном».**

**Риторический канон – это
строгие нормы и правила для
подготовки и произнесения
публичной речи**

Риторический канон:

- **1. Инвенция (лат. Inventio) или «нахождение», «изобретение»**
- **2. Диспозиция (лат. Dispositio) - «расположение»- inventa disponere - «расположить изобретенное».**
- **3. Элокуция (лат. Elocutio) - словесное оформление мысли, («ornare verbris», что означает «украсить словами»).**
- **4. Мемория (лат. Memoria)**
- **5. Акция (лат. Actio hipocrisis) - «актерское», «театральное исполнение речи», ее произнесение.**

Риторический канон:

- Устная и письменная речь участвуют в производстве текста (процесс передачи информации), а слушание и чтение – в восприятии текста (получение информации).**
- Следовательно, важно не только уметь говорить, но и уметь слушать так, чтобы слышать: принимать информацию, не искажая.**

Важные составляющие риторического канона

- **Речевое событие**
- **Речевая ситуация**
- **Речевые роли**
- **Речевой акт**

Риторический канон

- Речевое событие = поток речевого поведения (дискурс) + условия и обстановка
- Речевая ситуация = условия и обстановка + участники (оратор + аудитория)

Риторический канон

Поток речевого поведения +
Условия и обстановка +
Участники (оратор + аудитория)=

Речевой акт

Речевой акт

- **Действие, определяемое целью (намерением) говорящего, называется в нео-риторике «речевой акт».**

Синонимы: «речевой поступок», «речевое действие».

1. Речевой акт. Типы речевого акта

- Тип речевого акта определяется целью участников речевого события (при этом учитываются стиль речи и тип речи)

ВАЖНО:

- Кто говорит?
- Кому говорит?
- С какой целью говорит?
- О чем говорит?
- Как говорит!!!

Цель говорящего	Тип речевого акта	Тип речи
1. Сообщить, информировать	Информирующий	
2. Манипулировать сознанием аудитории	Манипулирующий	
3. Высказать и доказать свое мнение	Аргументирующий (убеждающий)	
4. Побудить к действию	Агитирующий	
5. Обсудить проблему, найти истину вместе с собеседником	Эвристический (гр. euriko - нахожу)	
6. Выразить свое видение добра и зла, прекрасного и постыдного, оценка (похвала и порицание)	Эпидейктический (гр. -- (deiknumi -- показываю, приветствую)	
7. Доставить удовольствие себе и собеседнику самим процессом речевого общения	Игровые речевые акты - Гедонистический (гр. hedomai -- радуюсь), или диатребический (гр. diatribe - провожу время)	
Выразить и возбудить эмоции, предложить свою «эмоциональную» картину мира	Эмотив - Поэтический, художественный	

Типы речи:

- **Описание** (какой?)
- **Повествование** (что (с)делать?)
- **Рассуждение** (как? зачем? когда? с какой целью?)

Стили речи

- **Книжные**
- **Разговорные**

Стили речи

Книжные:

- научный
- официально-деловой
- публицистический
- художественный

Стили речи

Разговорные:

- разговорное просторечие
- жаргонизмы
- аргó

Важно:

ТИП РЕЧЕВОГО АКТА +

ТИП РЕЧИ+

СТИЛЬ РЕЧИ =

РЕЧЕВОЕ СООБЩЕНИЕ

Типы речевого акта и их применение при взаимодействии со СМИ

**Информационный речевой акт
И
информационные сообщения**

Общие требования к информационным речевым сообщениям

- *актуальность;*
- *значимость;*
- *запоминаемость;*
- *понятность;*
- *правдоподобность.*

Виды информационных речевых сообщений для прессы

- *Бэкграунд*
- *Пресс-релиз, ньюс-релиз, факс-релиз*
- *Газетно-журнальные статьи*
- *Занимательная информация*
- *Именные или авторские статьи*
- *Обзорная информация*
- *Факт-лист*
- *Форма «вопрос-ответ»*
- *Биографии*
- *Заявление*
- *Автобиография*

Бэкграунд

- **Бэкграунд** - изображение или рисунок, который размещается под основным текстовым наполнением и изображениями веб-страницы. **Бэкграунд** используется для улучшения эстетического вида интернет-страницы и способствует лучшей узнаваемости ресурса.

Бэкграунд

- **Бэкграунд (background)** компании - её история основания и становления. Обычно подобные истории публикуются в презентационных брошюрах или пресс-папках.

Пресс-релиз, ньюс-релиз, факс-релиз

- это сообщения, которые содержат важную новость или полезную информацию для широкой аудитории;

Тема может варьироваться от презентации нового вида услуг до образования стипендиального фонда.

Газетно-журнальные статьи

- Целью публикаций является расширение доверия или укрепление недоверия клиента к компании и ее деятельности.
- В них рассказывается об истории фирмы, ее успехах, продукции, о деятельности руководства и т.д.

Газетно-журнальные статьи

- *Занимательная статья*
- *Именные или авторские статьи*
- *Обзорные статьи*

Газетно-журнальные статьи

- *Занимательная статья* – цель данного сообщения не столько информировать, сколько развлекать. Стиль – неформальный.

Газетно-журнальные статьи

- *Именные или авторские статьи* – это сообщения, мнимо подписанные должностным лицом конкретной фирмы. Они представляют руководителя фирмы в качестве эксперта и повышают репутацию компании и руководства, как источника, заслуживающего доверия.
- Обычно такие статьи пишутся специалистами по связям с общественностью.

Газетно-журнальные статьи

- *Обзорные статьи* – сообщения, обобщающие опыт нескольких компаний в отрасли.
- Имидж более слабых компаний может улучшиться в результате включения материалов о них в обзорную статью вместе с материалом о крупных и сильных компаниях.

Факт-лист

- короткий документ, компактно отражающий профиль организации, должностного лица или события

Форма “вопрос-ответ”

- пишущий перечисляет наиболее часто задаваемые вопросы по предмету и сам представляет на них ответы

Биография

- Сообщение, которое представляет фактическую информацию о должностном лице организации, фирмы или социально значимой персоне.
- Пресс-служба готовит биографии хорошо известных людей для возможного немедленного использования в новостях или в экстренных случаях.

Биография:

- Биография-конспект
- Биография-рассказ
- Биография-повествование

Биография

- Биография-конспект представляет события в хронологическом порядке, основное внимание уделяется фактам и датам.

Биография

- Биография-рассказ - это сообщение, которое представляет данные о человеке, имеющем определенное образование и успешную карьеру, а не сухое перечисление фактов.

Биография

- Биография-повествование – отличается от других видов биографий тем, что в ней могут отсутствовать биографические данные.
- Особое внимание в такой биографии отводится ценностным качествам личности.

Автобиография

- Сообщение, в котором представлены основные события собственной жизни
- Различают художественную и официально-деловую автобиографию

Заявление

- *это* сообщение, которое объявляет или объясняет позицию организации по какому-либо вопросу.
- оно должно быть кратким и недвусмысленным.

ВАЖНО:

**Оратор всегда является
коммуникатором**

**Коммуникатор не всегда
является оратором**

ВАЖНО:

Модель общения Аристотеля

Оратор – Речь – Слушатель

**Равенство психологических позиций
оратора и слушателя**

Манипулирующий тип речевого акта и манипуляционные сообщения

- Цель манипуляционного сообщения – изменение ценностных установок и поведения объекта коммуникации.**
- Цель манипулятора – контроль над аудиторией, ее управляемость и послушность.**

Три способа влияния на сознание слушателя:

- принуждение;**
- манипулирование сознанием слушателя;**
- привлечение слушателя к сотрудничеству.**

ПРИНУЖДЕНИЕ

- Приказ
- Шантаж
- Провокация

Манипуляция сознанием

Под *манипуляцией* сознанием понимают действия оратора, направленные на изменение психологических установок, ценностных ориентаций, поведения индивидов и целых аудиторий независимо от их желания.

Речевыми средствами манипуляции являются:

- эмоциональное воздействие,
- использование общественных норм и представлений,
- лингвистическая подмена информации.

Причины манипуляции:

- конфликт человека с самим собой (А. Маслоу);
- недоверие по отношению к другим людям (Э. Фромм);
- ощущение абсолютной беспомощности (экзистенциализм);
- боязнь тесных межличностных контактов (Э. Берн);
- некритическое стремление получать одобрение всех и каждого;
- стремление к символическому овладению партнером по общению (З.Фрейд);
- реализация стремления к власти (А.Адлер).

Манипуляционные речевые технологии:

- целенаправленное преобразование информации (умолчание, “передергивание”, искажение);
- сокрытие воздействия;
- мишени воздействия;
- роботизация
- пропаганда

Пропаганда как манипуляционная технология.

- Пропаганда – распространение научных, политических, философских и других идей в целях их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности.

Виды манипуляционного влияния:

- *Манипуляция образами*
- *Конвенциональная манипуляция*
- *Операционально-предметная манипуляция*
- *Манипуляция личностью адресата*
- *Манипуляция духовностью*

Как избежать манипуляций?

???

Типы манипуляторов:

- диктатор,
- тряпка,
- калькулятор,
- прилипала,
- хулиган,
- славный парень,
- судья,
- защитник

Э. Шостром

Виды и роды речи

<i>Вид речи</i>	<i>Род речи</i>
<i>Академическая</i>	<i>лекция вузовская, школьная научный доклад научный обзор научное сообщение научно-популярная лекция</i>
<i>Судебная</i>	<i>прокурорская (обвинительная) адвокатская (защитная)</i>
<i>Социально-политическая</i>	<i>доклад (выступление на съезде, конференции, собрании, заседании) парламентская митинговая военно-патриотическая дипломатическая агитаторская политическое обозрение</i>
<i>Социально-бытовая речь</i>	<i>речь на приеме приветственная застольная (тост) надгробная</i>
<i>Духовная</i>	<i>церковно-богословская слово – проповедь официальная церковная</i>