

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»
Факультет культурологии и социально культурной деятельности
Кафедра менеджмента социально-культурной деятельности

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
_____ Е.А. Макарова
_____ 2017 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
_____ Н.Н. Королев
_____ 2017 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ТЕХНИКА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*для специальности 1-21 04 01 Культурология, направление
специальности
1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
специализация 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и связей с
общественностью*

Составители:

А.В. Калашикова, доцент кафедры менеджмента социально-культурной
деятельности

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета университета 23 мая 2017 г.
протокол № 9.

Минск
2017

УДК 81'271.2(075.8)

ББК 81.055.53я73

Т 381

Рецензенты:

А. И. Степанцов, заведующий кафедрой культурологии и психолого-педагогических дисциплин государственного учреждения образования «Институт культуры Беларуси», кандидат культурологии, доцент;
И. А. Алексина, доцент кафедры театрального творчества учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент.

Т 381

Техника речевой деятельности: учебно-методический комплекс по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология, направление специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализация 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и связей с общественностью / Белорусский государственный университет культуры и искусств ; сост. А. В. Калашникова. – Минск, 2017 – 99 с.

УДК 81'271.2(075.8)

ББК 81.055.53я73

Учебно-методический комплекс «Техника речевой деятельности» включает в себя теоретические сведения о современной речевой культуре и культуре речи, материалы для освоения техники речевой деятельности, а также материалы для контроля знаний усвоенного материала.

Данное издание предназначено для речевой подготовки студентов, овладения техниками эффективной речевой деятельности в рекламной коммуникации и связях с общественностью. Оно поможет студентам в приобретении коммуникативной компетентности.

СТРУКТУРА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

ДИСЦИПЛИНА «ТЕХНИКА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Структура учебно-методического комплекса	2
1. Теоретический раздел	3
Пояснительная записка	
Теоретические источники	
Текст лекций	
Список литературы (основная и дополнительная)	
2. Практический раздел	52
Тематика и методические указания к семинарам, практическим, лабораторным, тренинговым занятиям:	
Вопросы к семинарским занятиям	
Методические материалы к семинарским занятиям	
Методические рекомендации к практическим занятиям:	
Тематика практических занятий	
Письменные задания	
Методические рекомендации к лабораторным занятиям:	
Задания и содержание работы в малых группах (лабораториях)	
Примерная тематика выступлений с публичной и презентационной речью	
Методические указания к тренинговым занятиям:	
Тренинг – Техника речи – 1»: техника речевой деятельности и мастерство вербальной коммуникации	
Тренинг – Техника речи – 2»: техника речевой деятельности и мастерство невербальной коммуникации	
Тренинг «Техника речи – 3»: копирайтинг и спичрайтинг: мастерство написания текстов и речей	
3. Раздел контроля знаний	63
Вопросы к зачету	
Критерии оценки: основные критерии оценки выступления публичного выступления на зачете	
Вопросы к семинарским занятиям	
Формы контроля и методические рекомендации к семинарским и практическим занятиям	
Методические указания к самостоятельной работе студентов (тематика, график контроля, контрольные вопросы, тесты к самопроверке):	
Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине	
График контроля управляемой самостоятельной работы студентов (УСР)	

Контрольные вопросы
Тесты для самопроверки
Темы курсовых, дипломных работ

4. Вспомогательный раздел.....76

Учебно-методическая карта дисциплины

Тематический план курса для разных форм обучения:

Тематический план (Стационарное обучение)

Тематический план (Заочное обучение)

Программа дисциплины

Материалы дидактического характера:

Анализ индивидуального выступления

Информационно-аналитические материалы:

«Сделано в Китае: как неоднозначные слова приводят к культурным

стереотипам».....93

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Теоретический раздел

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Техника речевой деятельности» предназначен для реализации требований образовательного стандарта ОСГБ1-2104 01-2008 по специальности

1-21 04 01 культурология (направления специальности прикладная культурология, специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и связей с общественностью)

Целью учебно-методического комплекса является подготовка компетентного специалиста в области рекламы и связей с общественностью в учреждениях культуры, овладение специалистами современной речевой культурой и культурой речи, приобретение коммуникативной компетентности (для эффективного осуществления практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью).

Основные задачи учебно-методического комплекса:

1. формирование у студентов устойчивых знаний в области речевой коммуникации и знакомство студентов с практикой и опытом речевой и рекламной коммуникации (письменной и устной) в деятельности учреждений культурно-досуговой сферы;
2. изучение студентами технологических основ речевой коммуникации, специфики деловой риторики и составления устных рекламных сообщений;
3. выработка у студентов способностей к межличностным коммуникациям, умений по организации эффективной речевой коммуникации в сфере профессиональной деятельности;
4. формирование у студентов лингвистических навыков (устная и письменная коммуникация), поиска и анализа информации для подготовки материалов, используемых в речевой коммуникации в рекламной практике и PR-деятельности в сфере культуры.

Особенности структурирования и подачи учебного материала:

- введение;
- теоретический материал включает базовый учебник и конспект лекций;
- практический материал включает тематику проведения семинарских и лабораторных занятий с перечнем вопросов и заданий по соответствующим темам учебной дисциплины, а также тематику докладов и тем выступлений с публичной и презентационной речью;
- раздел контроля знаний содержит перечень вопросов для самопроверки знаний, итоговый тест, перечня тем речей публичного выступления на зачете, критерии оценки результатов учебной деятельности.

Вспомогательный материал включает учебную программу по учебной дисциплине, дополнительную литературу и другие дидактические материалы.

Теоретические источники

Базовые учебники

Кузнецов, П.И. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П.А. Кузнецов. – ИМ.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – С. 87-161.

Трусь А.А. Публичные выступления: психологический аспект: Учеб. пособие / А.А. Трусь. – Минск: Элайда, 2011. – 152с.

Порубов Н.И. Риторика : учебное пособие для студентов вузов / Н.И. Порубов.- Минск: Вышэйшая школа, 2004.- 352с.

Логика и риторика: Хрестоматия / В.Ф. Берков [и др.]; под общ.ред. Я.С. Яскевич. – Минск: ТетраСистемс, 2007. – С.394-624.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ТЕКСТ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Вводная лекция. Речевая деятельность и особенности функционирования языка

Вопросы:

1. Цели и задачи курса. Понятие техника речи.
2. Характеристика процесса голосообразования.
3. Язык как основа речевой деятельности, понятия «биоакустика», речь и язык – сравнительный анализ понятий.
4. Речь как форма существования языка.

1. Цели и задачи курса. Понятие техника речи.

Цель дисциплины - обучение будущих специалистов в сфере рекламы мастерству речевой деятельности (в различных речевых ситуациях), приобретение студентами коммуникативной компетентности и культуры речи.

Задачи курса:

- формирование у студентов устойчивых знаний в области речевой деятельности;
- знакомство студентов с практикой и опытом речевой коммуникации (письменной и устной) в рекламной деятельности учреждений культурно-досуговой сферы и связей с общественностью;
- изучение студентами технологических основ речевой коммуникации, специфики деловой риторики и рекламной презентации;
- выработка у студентов способностей к межличностным коммуникациям, умений по организации эффективной речевой коммуникации в сфере профессиональной деятельности;
- формирование у студентов лингвистических навыков (устная и письменная коммуникация), поиска и анализа информации для подготовки материалов, используемых в публичных выступлениях.

Техника речи - важный элемент культуры речевой деятельности - включает работу над дыханием, голосом, дикцией. Техническая сторона звучащей речи поддается тренировке путем специальных упражнений. Их надо выполнять регулярно, а также обращаться к ним, готовясь к ораторскому выступлению, к встрече с людьми, чтобы в момент контакта «быть в голосе».

2. Характеристика процесса голосообразования

Процесс голосообразования наиболее продуктивен, когда спина прямая, крепкая, а руки, плечи, шея, органы артикуляции свободны и не

напряжены. Голоса, поставленные самой природой, встречаются редко. Каждый человек может «воспитать» голос, т. е. развить и укрепить.

3. Язык как основа речевой деятельности

Язык - это система знаков, объективное, исторически сложившееся явление духовной жизни общества. Знаком принято называть «заместителей» других объектов. Кроме языка, естественной знаковой системы, существуют искусственные, например, сигналы светофора, нотное письмо, символические записи, используемые в математике (цифры и символы ; +, - , =) и других науках. В отличие от этих искусственных систем, язык способен передавать сообщения любого, ничем не ограниченного содержания, то есть он универсален. Жестикуляция и мимика - системы невербального общения - придают звучащей речи лишь добавочные эмоциональные и смысловые оттенки.

Любая система состоит из множества элементов, которые находятся в связях друг с другом, образуют одно целое. Языковые единицы (знаки) объединяются в подсистемы и формируют уровни (ярусы) языка:

Единицы	Уровни
Предложение	синтаксический
Части речи (словоформы)	морфологический
Лексемы (слова)	лексический
Морфемы (части слова)	морфемный
Фонемы (звуки)	фонемный

Таким образом, язык - это модель иерархии: большее включает меньшее как составную часть, меньшее проявляет свои функции в большем. Так, самые низшие единицы языка (фонемы) реализуют себя в единицах следующего, более сложного уровня, т. е. в морфемах и т. д.

Язык служит средством общения, познания, хранения и передачи национального самосознания, традиций культуры и истории народа. Язык обнаруживает себя только в речи и только через нее выполняет свое главное, коммуникативное, назначение.

4. Речь - это форма существования языка

Речь - это форма существования языка, его воплощения, реализация. Под речью понимают использование человеком языковых богатств жизненных ситуациях, результат процесса формулирования и передачи мысли средствами языка. Речь отдельного говорящего обладает особенностями произношения, лексики, структуры предложений. Таким образом, речь конкретна и индивидуальна.

Внешняя речь существует в устной и письменной формах. Различия между ними определяются:

1.Способами кодирования. Устная речь - произносимая, звучащая, слышимая -выражена звуками (акустическим кодом), а письменная видимая, написанная - буквами (графическим кодом).

2.Механизмами порождения. Письменный текст, как правило, - подготовленный, - записывается на черновиках, подвергается редактированию, совершенствованию.

Устная речь не имеет таких возможностей, она спонтанна, т. е. создается в момент говорения, поэтому требует огромной тренировки, быстроты выбора слов, автоматизма синтаксического конструирования.

3.Механизмами восприятия. Устная речь должна восприниматься сразу, письменная осмысливается при многократном чтении.

4.Грамматическими и лексическими особенностями. В письменной речи четче подбираются слова, преобладает книжная лексика, сложные развернутые предложения, страдательные конструкции. В устной наблюдаются повторы, неполные, простые предложения. Известен предел, ограничивающий количество слов звучащей речи: от пяти до девяти.

5.Видами норм. Только к устной речи предъявляются орфоэпические требования, и только к письменной - орфографические, пунктуационные и каллиграфические.

6.Выразительными возможностями. Устная речь обладает средствами звуковой выразительности, отличается богатством интонаций, паузами, логическими ударениями, а также сопровождается жестами и мимикой. Знаки препинания, кавычки, шрифтовые выделения компенсируют меньшие возможности экспрессивности письменного текста.

7.Характером адресата. Устная речь зависит от того, как ее воспринимают, потому что, как правило, коммуниканты не только слышат, но и видят друг друга. Письменная речь обычно обращена к отсутствующим.

Органическую связь между двумя видами речи психологи объясняют наличием общей основы - внутренней речи. Процесс порождения высказывания чаще всего имеет такую структуру: мысленная подготовка фразы - воображаемое проговаривание с микродвижениями речевого аппарата - графическая фиксация мысли.

Устная речь может быть записана, а письменная - произнесена.

Язык – система словесного выражения мыслей (система, знаков), обладающая определенным звуковым и грамматическим строем и служащая для общения.

Речь – коммуникативная деятельность, способность использовать язык (систему знаков) для общения и передачи информации.

Отличия языка и речи: язык социален, принадлежит народу и не зависит от отдельного человека. Речь индивидуальна и не может быть коллективна.

В антропологии существует широко распространённая теория (появилась в 1960-х годах — Леви-Стросс «The Savage Mind», Маклюэн «Галактика Гутенберга» и другие), называемая теорией «Великого

Перелома» (Great Divide Theory). Её приверженцы представляют изобретение письменности переломным моментом в истории развития человечества, моментом становления нового типа мышления. Есть также её противники, характеризующие теорию, как упрощённую, и пытающиеся доказать, что разница между литературными и нелитературными культурами куда меньше, чем между культурами с разными типами литературности.

Тема2: Речевая деятельность и особенности функционирования языка

В начале было Слово и Слово было у бога, и Слово было богом
Евангелие от Иоанна

Вопросы:

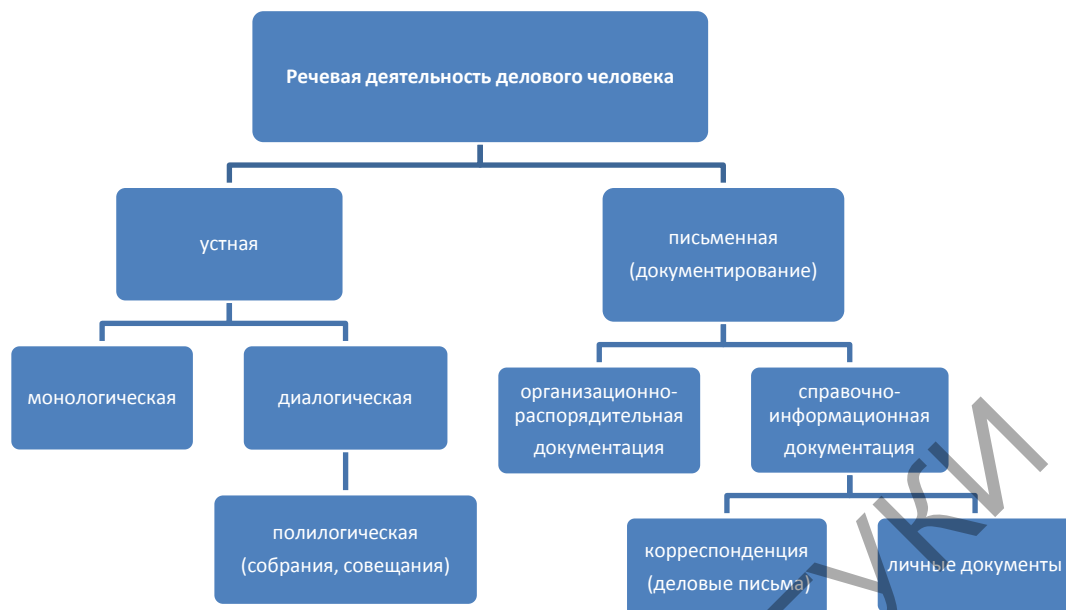
1. Понятие речевая деятельность и процесс голосообразования
2. Внешняя речь в устной и письменной формах и различия между ними
3. Функции языка и социальные формы существования языка
4. Трансформация языковой ситуации в Республике Беларусь

1. Понятие речевая деятельность и процесс голосообразования

Современное общество без языка, речи не могло бы существовать. Из всех элементов культуры – норм, материальных и нематериальных ценностей, обычаев и традиций – первым появляется язык. Только общаясь посредством языка люди могли выработать остальные элементы культуры. Слово - ставшая слышимой идея. Поэтому сегодня признается существование самостоятельной речевой деятельности наряду с трудовой, учебной, игровой и др. Основу любой деятельности человека (научной, государственной, политической, профессиональной) составляет речевая деятельность. Артистическая деятельность и большинство видов деятельности в сфере культуры полностью базируются на речевой деятельности. Есть близкие понятия - это биоакустика, речевая деятельность, речевая коммуникация, речевое общение, речевое поведение и др.

Процесс голосообразования наиболее продуктивен, когда спина прямая, крепкая, а руки, плечи, шея, органы артикуляции свободны и не напряжены. Голоса, поставленные самой природой, встречаются редко. Каждый человек может «воспитать» голос, т. е. развить и укрепить.

Техника речи - важный элемент культуры речевой деятельности - включает работу над дыханием, голосом, дикцией. Техническая сторона звучащей речи поддается тренировке путем специальных упражнений. Их надо выполнять регулярно, а также обращаться к ним, готовясь к ораторскому выступлению, к встрече с людьми, чтобы в момент контакта «быть в голосе».



Речевая деятельность носит социальный характер, так как она является частью общественной деятельности человека. В процессе речевой деятельности – речевого взаимодействия (вербального и невербального) участвует сознание, воля, эмоции, знания, память людей.

Под *техникой речевой деятельности* понимается комплекс навыков голосоведения, дикции и артикуляции, темпа и ритма, и интонационно-мелодического строя речи.



На технику говорения влияют устройство, индивидуальные особенности элементов речевого аппарата и его разработанность. В него обычно включаются ор диафрагма и несколько брюшных систем. Вибраторы – это голосовые связки, которые вибрируя рождают звук. Резонаторы включают гортань и полости рта и носа. К артикуляционному аппарату относятся язык, губы, зубы, щеки. Мягкое небо и нижняя челюсть, которые образуют из звуков слоги и слова и отвечают за дикцию говорящего. Основой звучности речи является дыхание, так как звуки и слова появляются только при выдохе. (Дыхательные системы).

Механизм голосообразования: произносительный аппарат человека, состоящий из четырех частей: дыхательных органов, вибраторов, резонаторов, артикуляторов. Дыхательные органы (мускулатура) позволяют втягивать воздух в легкие и выталкивать наружу. На пути прохождения воздушной струи через гортань находятся голосовые связки - вибраторы. Это эластичные образования, расположенные с левой

и правой сторон гортани и вытянутые спереди назад. Передние концы связок находятся под углом друг к другу. Голос создается в результате периодических колебаний этих речевых мышц, которые сближаются и натягиваются. Именно в гортани рождается звуковая волна. Затем она попадает в резонаторы (носоглотка, носовая и ротовая полость), которые усиливают и обогащают звучание. Работу завершают артикуляторы: язык, губы, нижняя челюсть, мягкое небо. Они превращают музыкальный тон (голос) в звуки речи родного языка.

Все части речевого аппарата участвуют в создании акустических характеристик: темпа, громкости, высоты, тембра, ясности и четкости произношения. Темп - скорость говорения - может быть быстрым, средним, медленным. Оптимальным условием легкого восприятия является средний темп - примерно 100 - 120 слов в минуту. Скорость речи зависит от смысла высказывания, эмоционального настроения, жизненной ситуации. Замедление позволяет изобразить предмет, подчеркнуть его важность, выделить.

Громкость - это интенсивность звучания, большая или меньшая сила произношения, зависящая также от обстановки общения, словесного содержания. По высоте голос бывает высоким, средним и низким, это зависит от его природы. Русская речь склонна к некоторой минорности, и часто в голосе слышатся высокие плаксивые нотки, капризно-просительное звучание, хорошей профилактикой против которых служит понижение тона.

Высота звука должна изменяться при произношении речи, иначе возникает монотонность. Особое повышение тона, сопровождающееся усилением словесного ударения, большей интенсивностью ударного слога, называют логическим ударением.

Тембр - дополнительная артикуляционно-акустическая окраска голоса, его колорит, «цвет». У каждого человека свой тембр - глухой, дрожащий, звонкий, острый, жесткий, бархатный, металлический и т. п.

Ясность и четкость произношения называются хорошей дикцией. Она подготавливает речевой аппарат к творческому процессу, делает привычной точную артикуляцию всех звуков. Помогает выразительности слова. Хорошая дикция предполагает умение «держаться паузу», разнообразить ритмическую организацию речи. Различают физиологическую (добор дыхания), грамматическую (знаки препинания), логическую (смыслоразличительную) и психолингвистическую паузу (подтекст, эмоциональная окраска).

Систему вышперечисленных фонетических средств (высотных, силовых, временных) часто называют интонацией, а также **просодикой**.

Оратор, собеседник, умеющий легко изменять темп, громкость и высоту речи, обладающий хорошей дикцией и тембром, может выражать голосом различные чувства и переживания. Это возможно при правильно

поставленном речевом (фонационном) дыхании. Его основой является диафрагмально-реберное дыхание, когда вдох и выдох совершаются за счет изменения объема грудной клетки вследствие сокращения диафрагмы, межреберных и брюшных мышц. При произношении речи после короткого вдоха следует пауза для укрепления брюшного пресса, а затем - длинный звуковой выдох, во время которого надо уметь рационально расходовать запас воздуха. Расслабление мышц, удерживающих грудную клетку в расширенном состоянии, должно происходить постепенно, подчиняясь воле говорящего. Через нос вдыхают только перед началом монолога или на больших паузах. Неправильное дыхание порождает недостаточную звучность (т.е. силу, гибкость, подвижность), которая в свою очередь изменяет тембр голоса.

2. Внешняя речь в устной и письменной формах и различия между ними

Внешняя речь существует в устной и письменной формах. Различия между ними определяются:

1.Способами кодирования. Устная речь - произносимая, звучащая, слышимая -выражена звуками (акустическим кодом), а письменная видимая, написанная - буквами (графическим кодом).

2.Механизмами порождения. Письменный текст, как правило, - подготовленный, - записывается на черновиках, подвергается редактированию, совершенствованию.

Устная речь не имеет таких возможностей, она спонтанна, т. е. создается в момент говорения, поэтому требует огромной тренировки, быстроты выбора слов, автоматизма синтаксического конструирования.

3.Механизмами восприятия. Устная речь должна восприниматься сразу, письменная осмысливается при многократном чтении.

4.Грамматическими и лексическими особенностями. В письменной речи четче подбираются слова, преобладает книжная лексика, сложные развернутые предложения, страдательные конструкции. В устной наблюдаются повторы, неполные, простые предложения. Известен предел, ограничивающий количество слов звучащей речи: от пяти до девяти.

5.Видами норм. Только к устной речи предъявляются орфоэпические требования, и только к письменной - орфографические, пунктуационные и каллиграфические.

6.Выразительными возможностями. Устная речь обладает средствами звуковой выразительности, отличается богатством интонаций, паузами, логическими ударениями, а также сопровождается жестами и мимикой. Знаки препинания, кавычки, шрифтовые выделения компенсируют меньшие возможности экспрессивности письменного текста.

7.Характером адресата. Устная речь зависит от того, как ее воспринимают, потому что, как правило, коммуниканты не только слышат, но и видят друг

друга. Письменная речь обычно обращена к отсутствующим.

Органическую связь между двумя видами речи психологи объясняют наличием общей основы - внутренней речи. Процесс порождения высказывания чаще всего имеет такую структуру: мысленная подготовка фразы - воображаемое проговаривание с микродвижениями речевого аппарата - графическая фиксация мысли.

Устная речь может быть записана, а письменная - произнесена.

Язык – система словесного выражения мыслей (система, знаков), обладающая определенным звуковым и грамматическим строем и служащая для общения.

Речь – коммуникативная деятельность, способность использовать язык (систему знаков) для общения и передачи информации.

Отличия языка и речи: язык социален, принадлежит народу и не зависит от отдельного человека. Речь индивидуальна и не может быть коллективна.

3. Функции языка и социальные формы существования языка и речи

Функции языка многообразны:

- Коммуникативная
- Познавательная
- номинативная
- аккумулятивная

Типы речевых актов характеризуются в зависимости от цели говорящего. Участвуя в речевом событии, человек сознательно или бессознательно стремится к ее осуществлению. Таким образом, говоря, он совершает поступок, действует. Еще древние утверждали, что «слово — вид дела». Это подтверждают и современные лингвисты (Дж. Остин, Дж. Сирл, Х. Грайс). Остину принадлежат следующее высказывание: «Слово есть дело». Очевидно, что речевые акты разнообразны и их существует большое количество. Ученые-лингвисты составили их классификацию, в основу которой и положили речевое намерение. В соответствии с речевыми целями (намерениями) говорящего были выделены типы речевых актов и типы речи. (См. таблицу 1).

Типы речевых событий и типы дискурса

Цель говорящего	Тип речевого действия	Тип речи
Сообщить, информировать	Сообщение, информация	Информирующий
Высказать и доказать свое мнение	Убеждение	Аргументирующий
Побудить к действию	Побудить к действию	Агитирующий
Обсудить проблему, найти истину вместе с	Поиски смысла	Эвристический (гр. eureka — нахожу)

собеседником		
Выразить свое видение добра и зла, прекрасного и постыдного	Оценка (похвала и порицание)	Эпидейктический (гр. — (deiknumi — показываю, приветствую)
Доставить удовольствие себе и собеседнику самим процессом речевого общения	Игровые речевые акты	Гедонистический (гр. hedonai — радуюсь), или диатрибический (гр. diatribe — провожу время)
Выразить и возбудить эмоции, предложить свою «эмоциональную» картину мира	Эмотив	Поэтический, художественный

В таблице названы только те типы речевых актов, которые особенно важны в профессиональной коммуникации рекламиста. В реальном, живом общении встречается множество разновидностей речевых поступков: получить помощь, завоевать сострадание, наказать и т.д. — но они не являются предметом наших рассуждений.

В антропологии существует широко распространённая теория (появилась в 1960-х годах — Леви-Стросс «The Savage Mind», Маклюэн «Галактика Гутенберга» и другие), называемая теорией «Великого Перелома» (Great Divide Theory). Её приверженцы представляют изобретение письменности переломным моментом в истории развития человечества, моментом становления нового типа мышления. Есть также её противники, характеризующие теорию, как упрощённую, и пытающиеся доказать, что разница между литературными и нелитературными культурами куда меньше, чем между культурами с разными типами литературности. Рассмотрим первую точку зрения.

<http://qtmarket.ru/laboratory/expertize/3169/3170>

Произнесённая речь

Устная.

Линейна.

Неустойчива.

Внутренняя — хранится в человеческом сознании.

Происходит в реальном времени.

Контакт говорящего со слушающим, диалог.

Много участников.

Написанная речь

Визуальная — значит, может быть организована в разном порядке.

Может расходиться в разных направлениях.

Может быть записана, длится во времени; к ней можно вернуться; она может быть переписана, сопоставлена с другими.

Может храниться вне человеческой памяти.

Происходит скорее в каком-то месте; абстрактна, упорядочена, обдуманна.

Нет контакта, она индивидуальна, обособлена.

Мало участников.

Письменная речь технологична, требует

определённых навыков, особого типа обучения, необходимых средств.

Носитель: воздух, память.

Носитель: материал.

Орган: ухо, рот.

Орган: глаз.

Крупнейшие изменения стали происходить после введения фонетической системы письма. Маршалл Маклюэн настаивает, что ни иероглифическая, ни пиктографическая, ни какая другая система письма не обладает мощностью, способной произвести столь огромные изменения. Строение фонетического алфавита уникально: в нём значение отделено как от звука, так и от буквы. Буквы не имеют значения сами по себе, также, как и звуки. Причём их соответствие не идеально. Например, в русском алфавите есть буквы «ю», «Я», а «ё» фактически утрачена (да и придумана была только в XVIII веке).

Принцип работы алфавита: целостное значение слова, фразы разделяется до мелких, ничего не значащих единиц и впоследствии, в их объединении, вновь обретается. Расщепление и пересобирание по определённым, заданным правилам — принцип работы и фонетического алфавита, и письма, и печатного станка. Этот принцип уникален, он свидетельствует о высоком уровне развития сознания и способности абстрагирования. Если речь даёт человеку интеллект, то фонетический алфавит навязывает свои принципы конструирования реальности, которые приближают его к человеку цивилизации. Сознание человека становится жёстко рационализированным. Мир предстаёт как совокупность жёстких причинно-следственных связей.

Восприятие неграмотными африканцами кино, например, сильно отличается от традиционного западного восприятия. Для жителей маленькой африканской деревушки был снят фильм (этот пример приводит Маклюэн) — довольно медленный и простой, пятиминутный, в котором мужчина этой африканской деревни обходил хижины и выливал стоячую воду, опорожняя баки и корыта. После показа аудитории спросили, что же они видели на экране, — африканцы ответили, что видели цыплёнка. Когда европейцы три раза подробно просмотрели фильм, они действительно увидели цыплёнка, который появлялся в уголке кадра на пять секунд. Очевидно, что восприятие пространства у африканцев было совершенно другим. Они не фокусировали взгляд на небольшом расстоянии от экрана, чтобы быть в состоянии увидеть весь кадр в целом; они сканировали экран или слишком быстро пробежали по нему глазами. «Нелитературные люди используют глаз скорее тактильно, они не знакомы с перспективой. Евклидово пространство, основанное на отделении зрения от осязания и звука, им неизвестно». Звуки — это динамические явления, или индикаторы динамических явлений — шорохов, бега, броска; и для человека, ещё не защищённого от случайностей природы в лесу,

в джунглях звуки служили сигналом опасности, — рассуждает Маклюэн. Они потеряли свою значимость для людей на том уровне развития цивилизации, которые позволили им более не опасаться дикой природы. Если для европейца в течение длительного времени смотреть — означало верить, и визуальная информация стала основной; для африканца главным органом, получающим информацию, выступало ухо. Вероятно, именно эта причина заставляла венецианского музыканта Карла Орфа отказываться в приёме в свою музыкальную школу детям, которые уже выучились читать и писать. Он считал, что развитие визуальной перцепции затрудняет аудио-тактильное развитие, необходимое для достижения каких-либо существенных результатов в музыке.

В диалоге «Федр» у Платона Сократ рассуждает (и это, возможно, первейшее из известных протестов против «новых технологий») о том, что письмо разрушает традиционные социальные отношения — и личные, и общественные.

1. В общественном смысле письмо уничтожает память. Те, кто выучился письму, больше не будут тренировать свою память (а известно, какие тренировки памяти применялись в древнегреческих школах — чтение ста стихов наизусть в обратном порядке после одного прослушивания). «Письмо производит забывчивость в душах тех, кто ему выучился. Оно предназначено не для памяти, а для напоминания».
2. Истинная речь, душевная, идущая от сердца, может выражаться лишь через устную речь, будучи запечатлена на носителе, она умирает. Это высказывание странным образом совпадает с рассуждениями Бенямина об эре фотографии.
3. И, наиболее важное, вызывая в памяти то, что необходимо, например, для диалога, человек письменный станет обращаться не к внутренним источникам, а к внешним, находящимся вне его. То есть, Сократ говорит о возможностях контроля и управления, открывающихся с распространением письменности.

Вероятно, что те изменения, которые произошли с визуальным образом лишь в XIX веке, когда появилась возможность к его бесконечному механическому репродуцированию, к механическому копированию реальности, к симулятивному воспроизводству картин реальности, произошли с языком гораздо раньше — при переходе к письменной традиции. Много раз зафиксированная реальность (текстом или фотографией) образует собственное иное поле существования, которое начинает выстраиваться по определённым законам (литература или фото искусство). И уже через некоторое время эти артефакты и законы работы этого иного поля уже не просто отражают реальность и подчиняются человеку, а диктуют ему свои правила.

Изобретение письменности уничтожило также традиционную ритуалистическую систему общества. Устная культура базировалась на социальном, публичном, ритуализованном выступлении. Воспоминания были личными, но их содержание, хранимое языком, общим. С появлением письменности наступает первый этап индивидуализации человека, отделения от родового сознания. В традиционном обществе доминантой

является родовое сознание и традиция. Традиция передаётся как схема, обязательная к выполнению, и перемещается во времени из поколения в поколение, вбирая в себя жизнь этих поколений. Каждый человек занимает в этом обществе своё место и играет свою роль, как фигура на шахматной доске. Он получает жёстко закреплённое социальное место, надлежащий ему тип личности и поведения при рождении, и должен играть предписанную ему роль. Родовое самосознание — групповое самосознание. Человек мысленно не выделяет себя из родового целого. Люди этой эпохи неотличимы друг от друга. Все их жизненные ориентиры диктуются традицией, которая включает в себе всю информацию, передающуюся из поколения в поколение. Все должны следовать установленному образцу. Этот механизм прост и устойчив, но крайне беден. Обычаи регулируют все поведение человека, не допуская ничего самопроизвольного.

Обращение человека с вещами также подчиняется жёсткой традиции, обычаям их употребления. Здесь не существует моды — поскольку все жёстко зафиксировано. Если усовершенствование инструментов, например, оказывается противоречащим традиции, оно признается опасным и нежелательным. Нововведение всегда подвергает опасности традиционное равновесие. Такое отношение остаётся типичным до конца Средневековья. Машина была врагом традиции, врагом основы жизни общества, — она несла слишком большие изменения. Но постепенно идёт усложнение общественной организации: разные функции отходят к разным структурам. Раньше род являлся одновременно хозяйственной, религиозной, семейной и моральной единицей. А теперь производство, политика, мораль, религия оформляются в автономные сферы общественной жизни.

4. Трансформация языковой ситуации в Республике Беларусь

Культура речи и трансформация языковой ситуации в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь «О языке», Закон Республики Беларусь «О печати и других средствах массовой информации» и другие документы, регламентирующие речевую деятельность в государстве.

Закон Республики Беларусь «О языке» (1998 г.) – регламентирующий языковую ситуацию в стране. В республике официально закреплено двуязычие. В некоторых странах (Израиль, Швейцария и др.) существует по 4 официальных языка.

С 1 сентября 2010 г. вступил в силу Закон Республики Беларусь «О правилах белорусской орфографии и пунктуации». Государственный белорусский язык играет исключительно важную роль в жизни страны. Нормированность литературного языка, сохранение единства орфографических норм в значительной степени обеспечивают

стабильность в сфере языковой коммуникации и имеют государственное и политическое значение.

Постоянное развитие языка, проявляющееся в изменениях фонетического, морфологического и синтаксического характера, обновлении лексического состава, вызывает необходимость уточнять правописание, приводить его в соответствие с современной языковой практикой. Новая редакция - это лишь упорядочение существующих правил. Новые правила орфографии и пунктуации белорусского языка стали уточнением правил, действующих с 1957 года.

Во второй половине XX века лексика белорусского языка особенно интенсивно пополнялась неологизмами и заимствованиями. А если учесть, что белорусское правописание в значительной степени основывается на фонетическом принципе (особенности произношения передаются на письме), то появление новых слов требовало отражения в правилах правописания. Стремление подчинить написание слов иноязычного происхождения основным правилам правописания слов исконно белорусских и стало основной причиной орфографического разнобоя в текстах белорусскоязычных печатных изданий.

В правилах орфографии и пунктуации языка сохраняются традиции и системность языка, но основные принципы и правила письменного языка всегда не изменены.

О языке и культуре речи писали И.В. Ломоносов, Н.Ф. Кошанский, А.С. Пушкин, Н.В. Гоголь, А.П. Чехов, Д.С.Лихачёв, М. Цветаева и др. На процесс речевой деятельности обращали внимание еще древние мыслители:

Всегда сохраняй меру и в речи, и в молчании. (Публий)

Ясность — главное достоинство речи. (Аристотель)

Надежней конь без узды, чем речь без связи. (Теофраст)

Достоинство речи — быть ясной и не быть низкой. (Аристотель)

Чистота речи совершенствуется посредством чтения ораторов и поэтов. (Марк Туллий Цицерон)

Мнение исследователей о будущем русского и белорусского языка разделились.

Литература:

1. Деловое общение: конспект лекций. / Солякин А.В., Богатырева Н.А. – М.; Приор-издат, 2005- 144 с.
2. Кузин Ф.А. Культура делового общения.: Практическое пособие для бизнесменов. – 3-е изд. – М.-1999.- 240 с.
3. Этика и психология делового общения (сфера сервиса) / Барышева А.Д., Матюхина Ю.А., Шредер Н.Г. - М:Инфра-М, 2006. – 256 с.
4. Бурева Л. Социальная среда и сознание личности. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988. - Вып.1. - С.14-47.

5. *Зубра, А.С.* Управленческая культура современного руководителя: учебное пособие / А.С. Зубра. - Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004. – 425с.
6. *Материалы сайта:* <http://www.pravo.by>

Тема 2. Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации

Вопросы:

1. Понятие коммуникации. Основные составляющие процесса рекламной коммуникации;
2. Виды коммуникации и коммуникативные барьеры;
3. Устно-речевая коммуникация и ее особенности в рекламной практике;
4. Официально-деловая коммуникация и её формы.

1. Понятие коммуникации. Основные составляющие процесса рекламной коммуникации

Коммуникация – это носящее специальный характер взаимодействие людей друг с другом, выраженное в контактах и общении. Речевая коммуникация рассматривается как непрерывный поток мыслей и разговора. Никакой разговор не происходит изолированно, а отдельные слова или группа ещё не составляют коммуникацию. Любая произносимая фраза опосредована влиянием прошлого и оказывает воздействие на будущее.

Коммуникация – это многоплановый процесс. **Процесс коммуникации** представляет собой продолжающуюся серию взаимодействий, для которых характерно следующее:

- Результаты взаимодействий отличаются; Люди не вступают в коммуникацию, а становятся её частью;
- Общение с различными людьми является частью более обширного потока коммуникации;
- Взаимодействия не просто возникают и заканчиваются, но завершаются влиянием на незадействованные стороны;

Коммуникационный процесс включает в себя несколько составляющих.

Аристотель, например, выделял три компонента коммуникации: **ОРАТОР – РЕЧЬ – АУДИТОРИЯ**. Эта триада является основой и современной коммуникации, только звучит по-иному:

КОММУНИКАТОР – СООБЩЕНИЕ – КОММУНИКАНТ.

Результат интерпретации, то есть толкование сообщения получателем, определяется рядом факторов, в том числе тем, как сообщение **ЗАКОДИРОВАНО**. **КОДЫ** – это символы, знаки, которые переводят сообщение, идею на язык, понятный получателю (

коммуниканту). В качестве кодов используют ВЕРБАЛЬНЫЕ (устная и письменная речь) и НЕВЕРБАЛЬНЫЕ (визуальные образы, звуки, цвета, запахи, жесты, интонации и др.) средства.

Различают следующие *виды сообщений*:

ВОСПРИНИМАЕМЫЕ – несущие информацию, которая декодируется получателем из ощущений.

ПОДРАЗУМЕВАЕМЫЕ – несущие информацию и внутреннее состояние, которое источник хочет передать получателю.

Сообщение – информация, или закодированная идея, то, что передает источник получателю.

Содержание сообщения представляется в виде сведений, размышлений, аргументов, доводов, фактов.

ЭФФЕКТ КОММУНИКАЦИИ – это изменения в поведении коммуниканта, которые происходят в результате приема сообщения. Специалисты выделяют три основных типа результатов коммуникации:

Изменения в знаниях Изменение установок, то есть изменение относительно устойчивых представлений аудитории
Изменение поведения получателя информации (например: осуществить покупку, принять участие в выборах, изменить точку зрения, улучшить дисциплину труда и т.п.)

Степень достижения цели коммуникации можно оценить и по таким показателям, как количество писем и звонков, изменение объема продаж, принятие (отмена) политических или административных решений.

Эффективность коммуникации обусловлена:

- Природой источника информации
 - Особенности формы делового общения и содержания самих сообщений
 - Той обстановкой, в которой люди получают информацию.
- Схема структуры коммуникации состоит из трех компонентов : КОММУНИКАТОРА (отправитель), СООБЩЕНИЯ (процесс передачи информации) и КОММУНИКАНТА (получатель).

Более сложная модель может быть представлена иной цепочкой: «ИСТОЧНИК – КОММУНИКАТОР – СООБЩЕНИЕ – КОДИРУЮЩЕЕ УСТРОЙСТВО – КАНАЛ – ДЕКОДИРУЮЩЕЕ УСТРОЙСТВО – КОММУНИКАНТ – РЕЗУЛЬТАТ КОММУНИКАЦИИ – ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ»

Основные составляющие процесса рекламной коммуникации



2. Виды коммуникации и коммуникативные барьеры

Виды коммуникации Коммуникации в организации классифицируются по следующим видам:

1. По форме общения - вербальные и невербальные коммуникации.
2. По субъектам и средствам коммуникаций - межличностные коммуникации и организационные (коммуникации с помощью технических средств, информационных технологий).
3. По каналам общения – формальные и неформальные.
4. По организационному признаку (по пространственному расположению каналов): вертикальные и горизонтальные.
5. По направленности общения: нисходящие и восходящие коммуникации.

Вербальные коммуникации – коммуникации, осуществляемые с помощью устной речи как системы кодирования. Невербальные коммуникации – это сообщения, посланные отправителем без использования устной речи как системы кодирования, с помощью жестов, мимики, поз, манер и т.д. Они выступают как средства коммуникации в той степени, в которой их содержание может быть интерпретировано другими. Невербальные коммуникации полезны, но их интерпретация субъективна и заранее несет в себе возможность ошибки.

Организационные коммуникации– это совокупность коммуникаций, строящихся на основе общения, опосредованного информацией о самой организации, ее целях и задачах.

Межличностные коммуникации – устное общение людей в одном из перечисленных видов. Природа межличностных отношений существенно отличается от природы общественных отношений, так как их важнейшая специфическая черта – эмоциональная основа. Поэтому межличностные отношения можно рассматривать как фактор психологического климата группы.

Внешние коммуникации – это коммуникации между организацией и средой. Внутренние коммуникации. Под ними понимаются информационные обмены, осуществляемые внутри организации, между ее элементами (различными уровнями и подразделениями). Внутри организации обмены информацией происходят между уровнями руководства (вертикальные коммуникации) и между подразделениями (горизонтальные коммуникации).

Неформальные коммуникации. В любой организации наряду с формальной структурой существует и неформальная, которая основана на личных, неслужебных, нерегламентированных отношениях и соответственно кроме информации, передаваемой по официальным, формальным каналам (формальные коммуникации), циркулирует и неофициальная информация, проще говоря, слухи, передаваемые при помощи неформальных коммуникаций. Формальные коммуникации – это коммуникации, которые определяются организационной структурой предприятия, взаимосвязью уровней управления и функциональных отделов. Чем больше уровней управления, тем выше вероятность искажения информации, т.к. каждый уровень управления может корректировать и отфильтровывать сообщения.

Вертикальные коммуникации. Информация перемещается внутри организации с уровня на уровень в рамках вертикальных коммуникаций. С их помощью информация передается с высших уровней руководства на низшие, или по нисходящей. Горизонтальные коммуникации – это коммуникации между различными отделами организации.

3. Устно-речевая коммуникация ее особенности в рекламной практике

Различные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи. Устно-речевая деловая коммуникация базируется на речевой деятельности, которая проявляется в служебной сфере следующим образом:

Монолог в деловом общении представляет собой продолжительное высказывание одного лица. Он относительно непрерывен, последователен и логичен, обладает относительной завершенностью, сложен по структуре.

Диалог предназначен для взаимодействия между двумя или несколькими собеседниками, причем в обмене информацией речевые партнеры могут меняться ролями. Диалог спонтанен (как правило, не может быть заранее спланирован), эллиптический (фразы более свернутые, краткие, чем в монологе), экспрессивен.

Дистантное, опосредованное общение (телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление, пейджинговая связь и т.п.) отличается от контактного, непосредственного повышенным вниманием к интонационному рисунку речи (устное общение), краткостью и регламентированностью, невозможностью использования жестикологии и наглядных предметов в качестве носителей информации.

Устно-речевая коммуникация представляет собой широкий *диапазон жанровых разновидностей* письменного и устного общения.

Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения - контрактами (договорами), соглашениями и всеми типами сопутствующих документов.

Устная деловая речь, в которой реализуется диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т.п.

Совещания, собрания представляют собой особый тип протокольного общения, в котором по большей части представлена монологическая деловая речь, не только имеющая письменную природу, но и существующая сразу в двух формах - устной и письменной.

Реклама, светское общение. Сегодня рамки делового общения расширяются. Реклама, светское общение становятся неотъемлемой составляющей делового общения.

Оратория. Кроме "читаемой" монологической речи, в практику делового общения все активнее входит подготовленная, но "нечитаемая" монологическая речь (презентационная речь, торжественная речь, вступительное слово на различных встречах), поздравительные письма, этикетные тосты.

Презентационная речь. Успех предприятия, дела сегодня во многом зависит от умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, заинтересовать потенциального партнера, создать благоприятное впечатление.

Презентация. Частный случай публичного выступления. Это особый вид профессиональной коммуникации и речевой практики. Характеризуется:

- Конкретностью
- Измеримостью (желаемым результатом)
- Амбициозностью
- Реалистичностью
- Ориентированностью во времени

Владение всеми перечисленными жанрами делового общения входит в профессиональную компетенцию современного руководителя и менеджера социально-культурной деятельности.

5. Официально-деловая коммуникация и её формы

Официально-деловой стиль речи обусловлен практическими требованиями жизни и профессиональной деятельности. Он «обслуживает» сферу правовых, управленческих, социальных отношений и реализуется как в письменной (деловая переписка, нормативные акты, делопроизводство и пр.), так и в устной (отчетный доклад на собрании, выступление на деловом совещании, служебный диалог и т.п.) форме.

В официально-деловом стиле различают *три подстиля*.

- Законодательный
- Дипломатический
- Административно-канцелярский

Каждый из перечисленных стилей имеет свою специфику, коммуникативные формы, речевые клише. Так, в законодательном стиле используются закон, статья, параграф, нормативный акт, предписание, повестка, указ, кодекс; в дипломатическом стиле – меморандум, нота, коммюнике, в канцелярском стиле – расписка, справка, докладная записка, доверенность, приказ, распоряжение, заявление, характеристика, выписка из протокола.

Официально-деловой стиль требует предельной точности речи, которая достигается прежде всего использованием *терминов*, как широко распространенных, так и узкоспециальных.

Термины чаще всего обозначают:

- Наименование документов: постановление, уведомление, запрос, договор, контракт, акт и др.;
- Наименование лиц по профессии, состоянию, выполняемой функции, социальному положению (судья, менеджер по продажам, президент компании, следователь, психолог и пр.)
- Процессуальные (экспертиза, допрос, выемка, аттестация и пр.) или профессиональные действия (информировать, сделать отчет, подготовить справку и т.п.)

Официально-деловой стиль требует объективности информации. В документах недопустимо выражение субъективного мнения лица, составляющего текст, употребление эмоционально окрашенной лексики. Кроме того, официально-деловой стиль характеризуется компактностью изложения, краткостью, экономным использованием языковых средств.

Формы деловой коммуникации

Официально-деловой стиль, прежде всего, можно разделить на письменный и устный. Из форм письменной деловой коммуникации можно отметить деловое письмо, заявление, резюме, контракт и т.п.

Общепринятыми формами устной деловой коммуникации являются деловые беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, разнообразные деловые встречи. Развитие рыночных отношений нельзя представить без быстрого и беспрепятственного распространения деловой информации, а значит организации и проведения **инновационных форм делового общения**, таких как презентации, «круглые столы», пресс-конференции, собрания акционеров, брифинги, выставки и ярмарки новых товаров.

Главной формой устного делового общения является **диалог**. Одной из основных форм диалога, в свою очередь, является беседа. **Деловая беседа** – наиболее распространенная форма делового общения. В процессе деловой беседы могут рассматриваться вопросы устройства на работу,

ремонта квартиры, предложения о сотрудничестве, совершения сделки и т.д.

При разговоре-диалоге важно следующее: суть не в том, что сообщает говорящий, а в том, как его понимает партнер; если партнер неправильно толкует полученную информацию, то виноват в этом говорящий.

Традиционными жанрами деловой коммуникации являются публичные речи, интервью, комментарий, консультация.

Специфическими жанрами деловой коммуникации можно считать спор, дискуссию, полемику, дебаты, прения, которые зачастую являются составляющими таких форм общения, как совещания, собрания, конференции, но могут иметь и самостоятельное значение.

Литература:

1. Голуб И.Б. Риторика: учитесь говорить правильно и красиво: учебник / И. Б. Голуб Москва: Омега-Л, 2013.
2. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие.- Спб.: Знание, ИВ ЭСАП, 2001. – 496 с.
3. Гурьева З.И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса: жанроведческий аспект.- Ростов н/Д: СКНЦВШ, 2003.- 92 с.

Тема 3: Риторика в современной речевой коммуникации

Вопросы:

5. Понятия риторика и красноречие
6. Виды и жанры словесности
7. Неориторика и коммуникативная целесообразность речи
8. Жанры делового общения и риторические приемы в публичном выступлении

1. Понятия риторика и красноречие

Подготовка высококвалифицированных и компетентных менеджеров СКД, невозможна без обучения культуре устной вербальной коммуникации.

Термины «риторика» (греч. *retorike*), «ораторское искусство» (лат. «*Orator*», «*orare*» - «говорить»), «витийство» (устар., старославянск.), «красноречие» (русс.) синонимичны. «Риторика» с греческого переводится «течь», «литься». Формула «Риторика – наука убеждать» на первый план выдвигалась Аристотелем и Аполлдором. В теории римского красноречия была популярна формула Квинтилиана «Риторика – искусство говорить хорошо», т.е. впечатлять.

Причины возникновения риторики как политического так и философского толка. Школа элеатов разорвала казавшуюся до тех пор естественной связь слова и вещи и сделала слово лишь условным обозначением вещи. Таким образом, слово было отделено, явилось особым

предметом исследования. При этом слово стало делом. Так постепенно сложилось теоретическое обобщение ораторской практики, собрание правил и методических приемов обучения. Анализ большого эмпирического материала был проделан Аристотелем («Риторика»), Цицероном («Оратор», «Об ораторе», «Брут или о знаменитых ораторах»), Квинтилианом («Риторические наставления») и другими античными мыслителями. В эпоху Средневековья риторика считалась мастерством украшения речи, причем не только устной, но и письменной. Проповеди «отцов христианской церкви» Тертуллиана, Иоанна Златоуста, Августина Аврелия, Фомы Аквинского легли в основу гомилетики – теории церковного красноречия. В этот период европейские риторические идеи проникли в Древнюю Русь. Встречается несколько видов древнерусского краснословия: политическое (вечевая речь), дипломатическое, военное, торжественное, духовное.

История появления на Руси довольно развитой теории ораторского искусства датируется началом XVII века. К этому времени относятся первые работы - епископа Макария, М. И. Усачева, к более позднему – сочинения Стефана Яворского, Феофана Прокоповича. Становление риторики как научной дисциплины неотделимо от имени М. В. Ломоносова - автора «Краткого руководства к красноречию» (1748). В этом труде представлен свод правил, которым предлагалось следовать в устных и письменных произведениях на государственные, общественные и религиозно - философские темы. Риторика активно развивалась в Европе до конца XVIII века, в России интерес к ней угас в XIX столетии. Ренессанс науки наблюдается с 60-х годов XX века. Интенсивная разработка проблем отечественного красноречия в последние годы связана с тем, что вновь появился заказ общества на мыслящего и говорящего человека. Демократия ослабляет власть приказа и усиливает значение убеждения.

2. Виды и жанры словесности

В современной риторике komponуются разные виды словесности.

Классификация видов и жанров современной *словесности*. I. Устная словесность: дописьменная речь; риторическая речь: а) ораторская; б) гомилетическая; репродуцирующая. II. Письменная речь: а) эпистолярная, б) деловая, документальная, в) рукописные сочинения. III. Печатная словесность: художественная литература; научная литература; журнальная литература. IV. Словесность СМИ: массовая информация; информатика как вид деловой и развлекательной деятельности. Художественное чтение - это сочетание техники речи с решением творческих задач выразительного чтения. Искусство чтеца и актёра два самостоятельных вида творчества и сценическая речь подчинена иным законам, чем художественное чтение, используемое в деятельности менеджера СКД.

3. Неориторика и коммуникативная целесообразность речи

В настоящее время термин «риторика» употребляется в узком и широком смысле. Риторика (в узком смысле) - это обозначение филологической дисциплины, изучающей теорию красноречия, способы построения выразительной речи во всех областях речевой деятельности (прежде всего в разных устных и письменных жанрах). Риторику (в широком смысле) называют *неориторикой* (термин введен профессором Брюссельского университета Х. Перельманом в 1958 году) или общей риторикой. Ее быстрое и продуктивное развитие вызвано появлением новых языковедческих наук - лингвистики текста, семиотики, герменевтики, теории речевой деятельности, психолингвистики.

Неориторика занимается поиском путей практического применения этих дисциплин, разрабатывается на стыке языкознания, теории литературы, логики, философии, этики, эстетики, психологии. В теории современного красноречия возрождается древнее первоначальное ядро - концепт убеждения, рассматриваются формы и методы воздействия средствами устной и письменной речи. Цель обновленной риторики - определение наилучших вариантов (оптимальных алгоритмов) общения. Например, исследуются роли участников диалога, механизмы порождения речи, языковые предпочтения говорящих и др. Таким образом, ***неориторика*** - это наука об убеждающей коммуникации.

Коммуникативная целесообразность речи - это точность, выразительность и богатство (иногда к коммуникативным качествам относят также чистоту, ясность и понятность). Точность речи связывается с точностью словоупотребления, правильным использованием многозначных слов, синонимов, антонимов, омонимов. Важнейшее условие точности - соблюдение лексических норм. Если говорящий заботится о том, чтобы обеспечить обратную связь, вызвать у слушателя нужную реакцию на сообщение - интеллектуальную (сделать понятным), эмоциональную (пробудить чувство), волевою (заставить действовать), то это является свидетельством выразительности его речи. Выразительность может создаваться на уровне всех языковых единиц. В публичной речи и деловом общении часто используют специфические изобразительные средства, делающие высказывание ярким, образным, эмоциональным. Это так называемые *риторические фигуры* - зафиксированные обороты речи, слова и выражения в переносных значениях, являющиеся украшением текста. Они обогащают и разнообразят сообщения. В риторике традиционно различались фигуры мысли (средства выделить именно данную мысль, которые не менялись от пересказа иными словами) и фигуры слова (способ привлечь внимание и определенному месту речи). Фигуры слова, в свою очередь, делились на фигуры прибавления, убавления, перемещения, переосмысления слов. Последние называют *тропами*.

Публичное выступление в деловом общении - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию. В сфере делового общения наиболее часто используются такие жанры, как доклад, информационная, приветственная и торговая речь. В основе *классической схемы ораторского искусства* лежит 5 этапов: 1) подбор необходимого материала, содержания публичного выступления (*inventio* - «изобретение»), 2) Составление плана, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности (*dispositio* - «расположение»), 3) «Словесное выражение», литературная обработка речи (*elocutio*), 4) Заучивание, запоминание текста (*memoria* - «память»), 5) Произнесение (*pronuntiatio*). **Жанры делового общения и риторические приемы в публичном выступлении**

С давних времен, наряду с академическим, духовным, дипломатическим, военным, общественно - политическим, социально - бытовым, судебным, выделяют деловое красноречие. *Деловая риторика* - это наука и искусство убедительной и эффективной речи в различных видах (или жанрах) делового общения. В качестве объекта изучения данной дисциплины выступают устные и письменные **жанры** служебного контакта, такие, как доклад на собрании, переговоры, договор, заявление, приказ и др.

Деловая риторика представляет собой коммуникативно-ориентированную деловую речь, обучение которой включает теоретическую информацию (лингвистическую, психолингвистическую, психологическую, этическую), практическое овладение речевыми жанрами, а также вопросами, преимущественно поискового проблемного характера, выполнение заданий репродуктивного (например, наблюдения, анализ текста) и творческого плана (ролевые игры, выступления и др.).

Как бы не интересна была тема, внимание аудитории со временем притупляется. Его необходимо поддерживать с помощью следующих *ораторских приемов*:

- 1) **Вопросно-ответный прием.** Оратор ставит вопросы и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам.
- 2) **Переход от монолога к диалогу (полемике)** позволяет приобщить к процессу обсуждения отдельных участников, активизировать тем самым их интерес.
- 3) **Прием создания проблемной ситуации.** Слушателям предлагается ситуация, вызывающая вопрос: «Почему?», что стимулирует их познавательную активность.
- 4) **Прием новизны информации, гипотез** заставляет аудиторию предполагать,

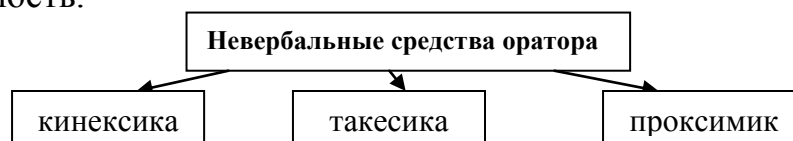
размышлять.

- 5) Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.
- 6) Показ практической значимости информации.
- 7) Использование юмора позволяет быстро завоевать аудиторию.
- 8) Краткое отступление от темы дает возможность слушателям «отдохнуть».
- 9) Замедление с одновременным понижением силы голоса способно привлечь внимание к ответственным местам выступления (прием «тихий голос»).

Речь, отличается от других жанров концентрацией ряда качеств: эмоциональностью, четкостью постановки проблем, насыщенностью, конкретностью, действенностью, а также сжатыми временными границами. *Информационная речь* (сообщение) звучит на совещании. Обычно это актуальное сообщение, дающее новое представление о рассматриваемом предмете или явлении, гипотеза решения проблемы. *Приветственная речь* может быть посвящена юбилею лица, организации, встрече делегации, вручению награды, началу работы конференции, памятной дате. Главная задача этой речи - создать приподнятое, праздничное настроение, вдохновить, воодушевить слушателей. Приветственная речь должна быть эмоциональной. Приветственная речь, как правило, имеет следующую структуру: 1) обращение, слова приветствия, 2) краткая характеристика события, 3) успехи и достижения, перспективы, 4) пожелания. На презентациях, собраниях произносят *торговую речь*. История ее возникновения восходит к возваниям глашатаев, которые ходили по улицам древних Афин и объявляли о продаже рабов, скота, изделий. Известны также старые жанры русской устной рекламы - зазывы, выкрики, остроловицы.

Риторические приемы в публичном выступлении

1. Учет состава аудитории (культурно-образовательные, национальные, возрастные, профессиональные особенности)
2. Учет содержания и характера выступления (ситуации выступления, повод для речи, цель речи)
3. Объективная самооценка оратором своих личностно-деловых качеств, компетентности
4. Использование психолого-дидактических принципов речевого воздействия: доступность, ассоциативность, экспрессивность, интенсивность.



Риторические *инструменты*: эффект визуального имиджа, эффект первых фраз, эффект аргументации, эффект «квантового выброса информации», эффект релаксации, юмор.

Выводы: Понятие риторика охватывает следующие области знаний: теория речи, искусство речи, ораторское мастерство. Доклад и речь основными жанрами делового общения. В ораторской деятельности выделяют три основных этапа: докоммуникативный, коммуникативный и посткоммуникативный. *Основной риторический закон* «Тип речи должен соответствовать типу ситуации».

Литература:

1. *Голубев, В.Л.* Риторика: ответы на экзаменац. вопр./В.Л. Голубев. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 224с.С.16-58.
2. *Зубра, А.С.* Управленческая культура современного руководителя: учебное пособие / А.С. Зубра. - Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004. – 425с.
3. *Рудь, Л.Г.* Культура речи: учеб. пособие / Л.Г. Рудь, И.П. Кудреватых, В.Д. Стариченок; под ред. В.Д. Стариченка. – Минск: Вышэйшая школа, 2005. – 271 с.
4. *Ханин, М.И.* Практикум по культуре речи / М.И. Ханин. – М.: Новое знание, 2009. – 167с.

Тема 4. Речевая культура и культура речи

Вопросы:

1. Понятие «речевая культура» и культура речи и ее компоненты
2. Культура речи и средства создания позитивного имиджа учреждения культуры
3. Этапы общения с прессой.
4. Нормирование речи

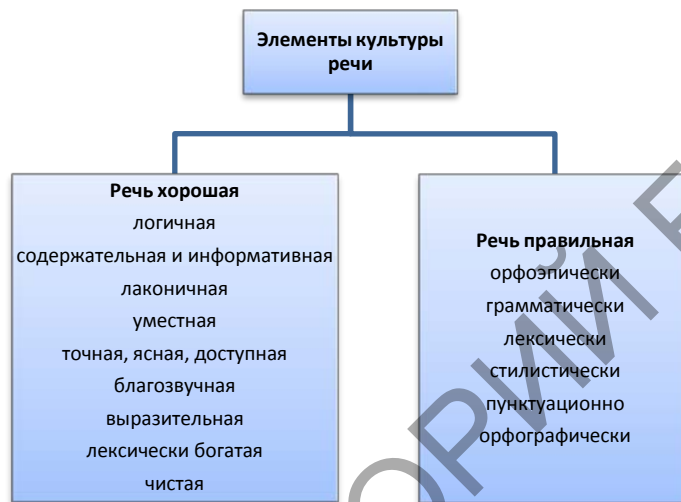
1. Понятие «речевая культура» и культура речи и её компоненты

Известный лингвист Е. Н. Ширяев так определяет понятие «культура речи»: «**Культура речи** - это такой выбор и такая организация языковых средств, которые в той или иной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач. Наука, занимающаяся проблемами нормализации речи, разрабатывающая рекомендации по умелому пользованию языком, также называется культура речи. Она содержит в себе три составляющих компонента: нормативный, коммуникативный, этический. Качественная оценка высказывания с точки зрения культуры речи предполагает ответы на вопросы:

1. Является ли речь правильной, построена ли по литературным нормам?
2. Является ли речь «хорошей», уместной в определенной ситуации, действенной, искусной?

3. Соответствует ли речь правилам этики общения (речевому этикету)?

Культура речи - часть более широкого понятия - **речевой культуры**, которая, в свою очередь, входит в культуру речевой деятельности, общения, в общую гуманитарную культуру. По мнению В. Е. Гольдина и О. Б. Сиротининой, речевая культура «включает в себя язык, формы воплощения речи, совокупность общезначимых речевых произведений на данном языке, обычаи и правила общения, соотношение словесных и несловесных компонентов коммуникации, закрепление в языке картины мира, способы передачи, сохранения и обновления языковых традиций, языковое сознание народа в бытовых и профессиональных формах, науку о языке».



Существует 4 типа речевой культуры носителей литературного языка.

Элитарная - эталонная речевая культура, означающая свободное владение всеми возможностями языка, включая его творческое использование. Ей присуще строгое соблюдение всех норм, безусловный запрет грубых выражений.

Среднелитературная характеризуется неполным соблюдением норм, чрезмерным насыщением речи книжными либо разговорными словами. Носителями этой речевой культуры является большинство образованных горожан; проникновение ее в некоторые современные средства массовой информации, художественные произведения способствует широкому распространению.

Литературно-разговорный и фамильярно-разговорный тип объединяет тех коммуникантов, которые владеют только разговорным стилем. Фамильярно - разговорный отличается общей стилистической сниженностью и огрубленностью речи, что сближает его с просторечием. Используется «ты - обращение» вне зависимости от возраста собеседника и степени знакомства с ним. Риторика в своих ценностных рекомендациях всегда опиралась на элитарную культуру. К овладению ей должны стремиться участники современного делового общения.

Таким образом, культура речи - часть культуры речевой деятельности, общения, входящей в общую гуманитарную культуру. Культура речи рассматривается как наука, занимающаяся проблемами нормализации речи.

Компоненты культуры речи: нормативный, коммуникативный, этический. Качественная оценка высказывания с точки зрения культуры речи. Выбор и организация языковых средств, позволяющих обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач.

Культура речевой деятельности - это культура владения словом, обмен сообщениями с наивысшей эффективностью; это система знаний, умений и навыков по осмыслению ситуаций, порождению и восприятию высказывания. Отличительными показателями культуры речевой деятельности являются правильное четкое произношение (или написание), коммуникативная целесообразность речи (ее точность, выразительность и т. д.), структурно-логическое построение текстов, применение невербальных средств, объективное понимание со стороны слушающего, читающего).

Владеть речевой техникой - это значит добиться интонационной подвижности и выразительности, мягкого, свободного, четкого звучания; уметь пользоваться нюансами тембра.

2. Культура речи и средства создания позитивного имиджа учреждения культуры

Общение с представителями прессы как часть «косвенной рекламы» (public relation) и создания позитивного имиджа учреждения культуры, фирмы, репутации. Пресс-конференция как вид взаимодействия делового человека с представителями прессы, аккредитованными своими редакторами с целью получения нужной информации. Поводы устройства пресс-конференции. Пресс-конференция как синтезированный жанр, в котором объединяются ораторский монолог (заявление) и публичный диалог (ответы на вопросы). Этапы интервью (докоммуникативный, коммуникативный, посткоммуникативный).

Сегодня при общении с прессой выделяют 3 основных этапа: докоммуникативный, коммуникативный и посткоммуникативный.

<i>докоммуникативный</i>	<i>коммуникативный</i>	<i>посткоммуникативный</i>
1.Определение темы и цели выступления.	Произнесение речи.	Анализ речи.
2.Оценка аудитории и обстановки.	Ответы на вопросы, ведение полемики.	
3.Подбор материала.		
4.Создание текста.		
5.Репетиция.		

3. Этапы общения с прессой

Пресс - конференция - это вид взаимодействия делового человека с представителями прессы, аккредитованными своими редакторами с целью получения нужной информации. Поводы устройства пресс - конференции могут быть различными: объявление о выпуске нового товара, об открытии нового завода, о получении патента на изобретение, объяснения в трудной ситуации, например, при предъявлении фирме обвинения в загрязнении окружающей среды и т. д.

Пресс - конференция - синтезированный жанр, в котором объединяются ораторский монолог (заявление) и публичный диалог (ответы на вопросы). Еще до начала мероприятия следует решить, что вы хотите сказать прессе и общественности. Нужно иметь в наличии уже готовое заявление. В нем касаются наиболее важных тем. Постарайтесь предугадать вопросы, которые зададут и отрепетируйте ответы. Они должны быть спокойными, правдивыми и, по возможности, краткими. На вопросы надо стараться отвечать без замешательства, авторитетно и доверительно.

Традиционно после официальной части пресс - конференции журналисты собираются вокруг ее устроителей. Они хотят задать уже свои личные вопросы, отыскивают материал для специальных заметок.

Этапы подготовки и проведения интервью

К этапам данного вида общения относим:

Докоммуникативный	Коммуникативный	Посткоммуникативный
1.Определение (совместно с интервьюером, круга проблем разговора	1.Приветствие. Установление контакта.	Анализ интервью.
2.Подготовка ответов на предполагаемые вопросы.	2.Ответы на вопросы интервьюера.	
3.Изучение информации о журналисте, с которым предстоит встреча.	3.Прощание, благодарность за внимание и интересные вопросы.	

Перед интервью спросите у корреспондента перечень основных проблем, вопросов, которые его преимущественно интересуют, обратите его внимание на ключевые моменты, которых хотите коснуться во время разговора. Следует продумать наиболее вероятные вопросы и заранее подготовить на них профессионально грамотные и по возможности краткие ответы. Запомните фамилию, имя и отчество интервьюера, постарайтесь узнать информацию об этом человеке: образование, темы, которыми занимается, опыт работы, характер. Если репортер убедится, что вы являетесь авторитетным специалистом в данной области деятельности, то он будет воспринимать вас как ценный источник информации и обращаться к вам постоянно. Поэтому важно произвести на журналиста благоприятное впечатление.

В процессе интервью надо придерживаться следующих правил:

- 1)Поздоровавшись с интервьюером, не суетитесь, ведите себя спокойно, непринужденно.
- 2)Обязательно смотрите собеседнику в глаза, отвечайте на вопросы уверенно, оптимистично.
- 3)Отвечая на вопросы, не уклоняйтесь от темы. Остерегайтесь двусмысленных толкований вашей точки зрения. Избегайте ответов типа «да» или «нет», но не будьте слишком многословны. Если вы не знаете ответа на вопрос, так прямо об этом и скажите. Некоторые репортеры нарушают законы жанра, включают в формулировку вопроса свою личную точку зрения. В подобной ситуации надо стараться донести до аудитории то, что вы хотели сказать, проложите путь к важным для вас темам.
- 4)Не бойтесь проявлять инициативу, даже «развернуть» беседу в нужном для Вас направлении.
- 5)Не оспаривайте в деталях ошибочного утверждения - перечислите правильные факты.
- 6)Когда в первый раз упоминаете вашу организацию - сообщите ее полное название. После этого можно использовать аббревиатуру.
- 7)Постарайтесь произнести что-нибудь запоминающееся, а также характеризующее вас как человека, не лишённого чувства юмора, остроумия.
- 8)Завершая интервью, поблагодарите журналиста за интерес к вашей фирме и к вам лично, за актуальные, содержательные вопросы.

После разговора проанализируйте для себя, какие вопросы вам задавали и почему, а также свои ответы, реакцию на них интервьюера:

- 1.Какие темы и подтемы затрагивает репортер?
- 2.Какие цели преследуют собеседники?
- 3.Связаны ли вопросы интервьюера друг с другом по смыслу?
- 4.Учитываются ли ответы при постановке новых вопросов?
- 5.Не стремится ли журналист в первую очередь высказать собственные суждения?
- 6.Проявляет ли интервьюируемый инициативу?
- 7.Не уклоняется ли он от ответов на вопросы?
- 8.Какие дает ответы (краткие, полные, доказательные)?
- 9.Как оспариваются ошибочные утверждения?
- 10.Прозвучало ли в интервью что-либо запоминающееся, афористичное, шутовское?
- 11.Является ли стиль интервью деловым и оптимистичным?

4. Нормирование речи

Главный признак литературного языка - нормированность. **Норма** – это единообразное, общепринятое употребление элементов языка, правила их использования в определенный период. Нормы не выдумываются

учеными, а отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, поддерживаются речевой практикой. К основным источникам нормы относятся произведения писателей, язык средств массовой информации, общепринятое современное употребление, научные исследования лингвистов.

Нормы помогают литературному языку сохранять свою целостность и общепонятность, защищают его от потока диалектной речи, социальных жаргонов, просторечия. Однако языковые нормы постоянно изменяются. Это объективный процесс, не зависящий от воли и желания отдельных носителей языка. По мнению исследователей, данный процесс активизировался в последние десятилетия в связи с социальными преобразованиями. В переломную эпоху существенно изменяется логосфера, т. е. речемыслительная область культуры, что, в свою очередь, свидетельствует о переменах в общественном сознании языкового коллектива. Изменения определяются новой установкой: «При демократии можно все!» Однако раскрепощенность как черта современного языкового вкуса осуществляется параллельно со стремлением к «вокнижению», к изощренности речи, что выражается прежде всего в широком использовании заимствованной специальной лексики (лизинг, холдинг, риэлтор и т. д.).

Норма проявляется на всех уровнях языковой системы:

Устная речь

Письменная речь

Орфоэпическая

Орфографическая, пунктуационная

словообразовательная

лексическая

морфологическая

синтаксическая

Правильность речи - это соблюдение действующих норм русского литературного языка. Говорящий должен владеть литературным произношением и ударением, то есть знать орфоэпические правила.

1). Нормы звукоупотребления и ударения

Рассмотрим некоторые трудности звукоупотребления и ударения.

1. Следует обратить внимание на слова, в которых гласный [о], обозначенный буквой «е», иногда ошибочно подменяют ударным [э], или наоборот.

Произносится [э]

Произносится [о]

Афера

белесый

Бытие

желчь

Гренадер

замороженный

Истекший

заселенный

Опека

маневры

Оседлый

новорожденный

2. В связи с тем, что в русском языке действует тенденция к приспособляемости звукового облика заимствованных слов с «е» после

твёрдого согласного, многие такие слова «обрусели» и произносятся теперь с мягким согласным перед «е». Другие сохраняют твёрдый согласный.

Твёрдое произношение

Мягкое произношение

Альтернатива

брюнетка

Антенна

бенефис

Бизнес

бухгалтерия

Бестселлер

герцог

Генетический

деканат

Демиург

декада

Звонкие согласные в абсолютном конце слова оглушаются: акциз [с], лизинг [к], киборг [к], демиург [к].

4. Произношение сочетания чн как [шн] требуется в женских отчествах на -ична: Ильинична, Никитична, Кузьминична и других, а также в словах: конечно, скучно, яичница, нарочно, скворечник, пустычный, очечник.

5. Сочетание «жд» в слове «дождь» и производственных от него может быть двояким: [жд'] или [шт'].

6. Не ошибайтесь в ударениях! Аудит, августовский, агент, алфавит, апостроф, асимметрия, баловать, блокировать, бомбардировать, бюрократия, вероисповедание, и др.

2). Лексические нормы, или нормы словоупотребления

Лексические нормы, или нормы словоупотребления - это правильность выбора слова из ряда единиц, близких ему по значению или по форме; употребление его в тех значениях, которые оно имеет в языке; уместность его использования в той или иной коммуникативной ситуации в общепринятых в языке сочетаниях. Следует избегать типичных ошибок словоупотребления. Русский национальный язык представляет собой совокупность разнообразных явлений, таких, как литературный язык, территориальные и социальные диалекты (жаргон), просторечие.

Жаргон - речь отдельных профессиональных, сословных, возрастных групп.

Просторечие - это язык малообразованных, в основном городских жителей, характеризующийся отклонением от литературных норм.

Литературный язык обслуживает такие сферы человеческой деятельности, как политика, культура, наука, делопроизводство, законодательство, официальное и неофициальное общение, словесное искусство. Человек может в равной степени владеть двумя или более формами языка (например, литературным языком и диалектом, литературным языком и просторечием), пользоваться ими в зависимости от условий. Это явление получило название **диглоссии**.

Литература:

1. Порубов Н.И. Риторика : учебное пособие для студентов вузов / Н.И. Порубов.- Минск: Вышэйшая школа, 2004.- 352с.
2. Зубра, А.С. Ораторское искусство / А.С. Зубра. – Минск: Дикта, 2010.- 248с.
3. Риторика: Учебник /Смелкова З.С., Ладыженская Т.А. под Ред. Ипполитовой Н. А., З.С.Смелкова. – М.: ИЗДАТЕЛЬСТВО ПРОСПЕКТ, 2010 г.
4. Электронный учебник Мирошниченко А.А. Деловое общение / <http://www.e-college.ru/xbooks/xbook105/book/index/index.html>
5. Кузнецов, И.Н. Риторика / И.Н. Кузнецов. – Минск: Высш. шк., 2000. – С. 64-78, С. 147-233.
6. Кузнецов, П.И. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П.А. Кузнецов. – ИМ.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – С. 87-161
7. Голубев В.Л. Риторика: речевой потенциал сотрудников ОВД. / В.Л., Голубев, О.В Бурибо. Минск: Академия МВД Республики Беларусь, 2013.
8. Голуб И.Б. Риторика: учитесь говорить правильно и красиво: учебник / И. Б. Голуб. - Москва: Омега-Л, 2013.- 406с.
9. Смирнова М.В. Особенности речевого обучения артистов эстрады // Теория и практика сценической речи. СПб.: Изд-во СПбГАТИ, 2007. Вып. 2. С. 150-158.

Тема 5. Речь как средство общения. Вербальный креатив:копирайтинг и спичрайтинг

Вопросы:

1. Понятие «общение» и специфика делового общения
2. Внешняя и внутренняя речь, говорение и слушание и источники материала текста речи
3. Методы изложения речи
4. Литературный язык и его характеристики
5. Логика речи и структура дедуктивного и индуктивного размышлений
6. Вербальный креатив:копирайтинг и спичрайтинг

1. Понятие «общение» и специфика делового общения

Общение - сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

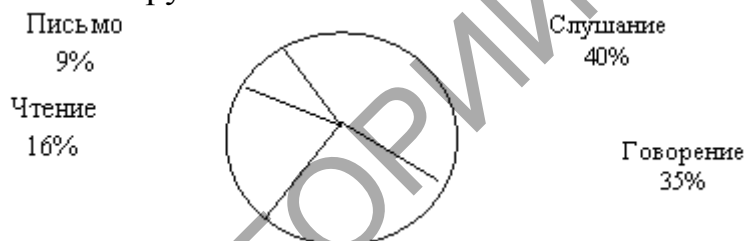
Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую

активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

2. Внешняя и внутренняя речь, говорение и слушание и источники материала текста речи

Выделяют следующие виды речи: внешняя и внутренняя. Мысль начинает формироваться во внутренней речи. Ее механизм был исследован в начале XX века психологом Л. С. Выготским. Эта речь беззвучна, непроизносима, включает образы, отличается от внешней степенью языковой сформированности: опускается большинство второстепенных членов предложения, в словах русского языка выпадают гласные, не несущие смысловой нагрузки.



Публичное выступление - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию. Важная ступень докоммуникативного этапа - «*кодирование*» - составление текста - начинается с подбора материала. Чтобы выступление получилось содержательным, лучше использовать не один источник, а несколько.

Источники материала подразделяются на группы:

1) Непосредственные - материал, добытый автором из жизни путем наблюдений, собственного опыта:

- а) знания, практика;
- б) личные контакты, беседы, интервью;
- в) воображение - мысленное создание новых картин, образов, проектов на основе прошлого опыта с элементами творчества.

2) Опосредованные:

- а) официальные документы;
- б) научная и научно - популярная литература;
- в) художественная литература;
- г) статьи газет и журналов;
- д) передачи радио и телевидения;
- е) справочная литература: энциклопедии, словари;

ж) результаты социологических опросов.

«Живой» опыт всегда хорошо воспринимается слушателями, он убедителен и ему верят.

Материал публичного выступления может быть теоретическим и фактическим. Насыщенность речи тем или другим типом материала зависит от жанра. Так, в отчетном докладе требуется приводить множество фактов, чтобы доказать положения и убедить слушателей. Материал выступления должен быть достоверным. Предварительно проверяют точность информации, цифр, дат, цитат, имен. Систематизируя материал, оратор создает план, продумывает композицию, логику изложения, составляет и редактирует текст.

Подготовка письменного текста имеет много преимуществ. Написанную речь можно проверять, исправлять; она легче запоминается и дольше удерживается в памяти. Писать следует на отдельных листах, на одной стороне. Опытный оратор может ограничиться составлением тезисов, конспекта или развернутого плана выступления.

3. Методы изложения речи

Современные речедееатели используют **методы изложения материала главной части**, сформировавшиеся на базе многовековой практики:

1) **Индуктивный метод** - анализ материала от частного к общему, от конкретных фактов к выводам.

2) **Дедуктивный метод** - рассуждение от общего к частному, выдвижение каких-то положений, а затем разъяснение их смысла на примерах.

3) **Ступенчатый метод** - последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев проблему, автор текста, уже больше к ней не возвращается.

4) **Исторический метод** - подача материала в хронологической последовательности, например, на исторические или биографические темы.

5) **Концентрический метод** - расположение сообщаемого вокруг главной проблемы, единого центра. Говорящий анализирует предмет со всех сторон, при помощи разных определений (примеров, объяснений и т. п.), переходя от общего рассмотрения к более глубокому.

6) **Метод аналогии** - сопоставление различных явлений, событий, фактов, сходных между собой.

7) **Метод контраста** построен на основе сравнения полярных, оттеняющих друг друга предметов, проблем, явлений, их противопоставления. Использование различных методов в одном монологе позволяет сделать его основную часть оригинальной, нестандартной.

4. Литературный язык и его характеристики

Литературный язык - исторически сложившаяся высшая форма национального языка, обладающая богатым лексическим фондом,

упорядоченной грамматической структурой и развитой системой стилей. Это язык образцовый, нормированный, описанный грамматиками и словарями. **Территориальные диалекты** (местные говоры) - язык ограниченного числа людей, живущих на одной территории.

Литературный язык формируется в социуме благодаря литературной деятельности. Литературный текст как и любой текст является результатом речевой деятельности.

Текст (от лат. *textus* - «ткань, сплетение, соединение») возникает и существует только в процессе общения; это речевая единица, воплощение коммуникативного акта; это последовательность вербальных знаков. Б. Н. Головин определяет **текст** как словесное устное или письменное произведение, представляющее собой единство некоторого более или менее завершеного содержания (смысла) и формы (речи), формирующей и выражающей это содержание.

Таким образом, **основными признаками** текста являются следующие:

1) Членимость. Текст состоит из нескольких предложений, представляет собой коммуникативную единицу высшего ранга, по сравнению с предложением. Однако это положение является дискуссионным: одно распространенное завершеное высказывание, реплику в диалоге некоторые исследователи считают текстом.

2) Смысловая цельность достигается тогда, когда отбор материала подчиняется задаче передать основную мысль. Т. е. предложения текста должны объединяться темой и идеей.

3) Связность заключается в том, что текст состоит из предложений, связанных между собой по смыслу и формально - с помощью языковых средств: повторяющихся слов, личных и указательных местоимений, синонимов, антонимов, сочинительных союзов и т. п.

Типы текста

Столетия развития языка, мышления выработали наиболее экспрессивные, экономные и точные способы, схемы, словесные структуры для решения задач, которые ставит перед собой говорящий. Поэтому издавна выделяют такие компоненты монологической речи, как описание, повествование, рассуждение, которые в лингвистике принято называть функционально - смысловыми типами текста, что подчеркивает их зависимость от цели и содержания высказывания. Это деление, восходящее еще к риторикам XIX века, является условным. На практике, в выступлении типы текста чередуются, придавая речи разнообразие. **Описание** раскрывает признаки предмета, его временные характеристики или постоянные свойства, качества, состояния. Текст этого типа как бы отвечает на вопрос: «Какой предмет?» Чаще всего описание - это статическая картина, предстающая одномоментно. Разновидностью

описания в официально - деловой речи выступает характеристика, частным случаем которой считается техническое описание.

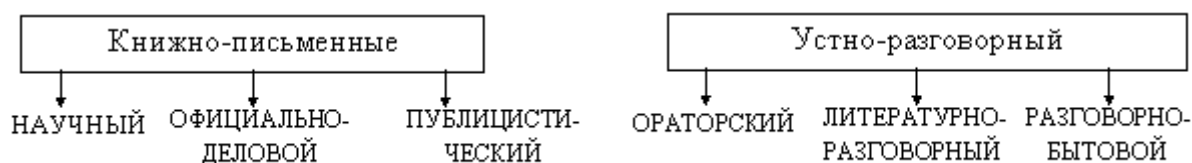
Повествование раскрывает тесно связанные между собой события, явления, действия как объективно происходившие в прошлом. Данный тип текста представляет мир в динамике: «Что произошло?»

Рассуждение имеет целью исследовать предметы или явления, раскрыть их внутренние признаки путем аргументации, установления причинно – следственных отношений. С логической точки зрения рассуждение - это цепь умозаключений демонстрация на какую-нибудь тему, изложенных в последовательной форме. Такое раскрытие мира в его причинно - следственных связях - это ответ на вопрос: «Почему?» Вариантом рассуждения считают **определение** и **объяснение**, бытующие в научных текстах, в языке массовой коммуникации.

Любой текст можно отнести к тому или иному стилю. Под **стилем** (от греч. stulos - «палочка для письма») обычно понимают разновидность литературного языка, выполняющую определенную функцию в общении. Поэтому стили называются функциональными. Функции могут быть различными, поэтому дифференциация стилей идет по разным основаниям. Так, при ориентации на соответствующие сферы человеческой деятельности (наука, законодательство и делопроизводство, политика) выделяются «обслуживающие» их стили - научный, официально - деловой, публицистический. Все они предназначены для передачи достаточно сложного содержания и используются в официальной обстановке, очень часто - в письменной форме (другое основание). Стремясь подчеркнуть это обстоятельство, три названных выше стиля объединяют, именуя **книжными**. Им противопоставлен **разговорный** стиль, который используется в повседневном общении, преимущественно в устной форме. Разновидностями этого стиля являются **литературно - разговорный** - речь образованных людей в учебных заведениях, в производственных условиях, в учреждениях культуры; **ораторский (устная публичная речь)** - выступления на темы интеллектуализированного, делового характера; **разговорно - бытовой** - речь в непринужденной, домашней обстановке, на отдыхе, на улице.

Язык художественной литературы, по мнению исследователей, синтезирует элементы всех перечисленных стилей.





ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

«Лицо» каждого стиля определяют доминирующие стилевые черты, характерные языковые средства .

Отличительные коммуникативные качества **научного** стиля - логичность, доказательность, обобщенность, неэмоциональность. Язык характеризуется наличием книжных слов с обобщенным и отвлеченным значением типа: обозначение, функция, опыт, процесс, научных терминов: адвербиализация, импликация, дискурс. Используются глаголы в форме 3 лица настоящего времени с семантикой «постоянного действия»: кислота разъедает, наступают сокращения и т. п. Вместо местоимения единственного числа «я» употребляется множественное - «мы». Предложения научной речи осложненные, распространенные, полные. Стиль предназначен для сообщения сведений теоретического характера, объяснения причин явлений.

В высказываниях **официально - делового** стиля передаются точные сведения, имеющие практическое значение в сфере управления обществом на всех его уровнях. Этому стилю присущи четкость, бесстрастность, стандартность. Типичны языковые средства с книжкой, официальной окраской: хищение, именуемый, поставить в известность и другие, имена существительные с «отвлеченными» суффиксами - ани, - ени, - ств, - ость (сведение, указание, ответственность), глаголы в начальной форме (предложить, отменить и т. д.). Слова используются в прямых значениях.

Публицистический стиль решает задачу не просто сообщения информации, а определенного воздействия на мысли и чувства людей. Для него характерны особа, выразительность и эмоциональность, поэтому распространены изобразительные средства - эпитеты, метафоры, сравнения, инверсия и т. п.

Устная публицистическая (ораторская) речь, литературно - разговорный стиль сочетают элементы книжного и разговорного стилей, занимают промежуточное, пограничное положение между ними. При этом ораторская речь - более строгий вариант литературного языка.

Доминирующие черты **разговорного** стиля - неполнота выражения и эмоциональность - обусловлены «устностью» контакта, цель которого — обмен впечатлениями, сведениями. Язык данного стиля отличается употреблением разговорных слов и выражений, эмоционально - оценочных

лексем (вечерка, сгущенка, светленький, домик, я тебе уеду). Предложения разговорной речи простые, неполные, нераспространенные.

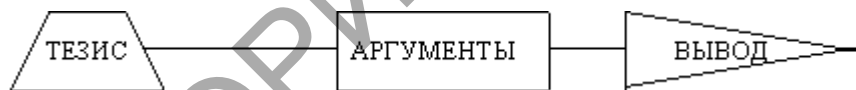
Функциональные стили реализуются в соответствующих речевых жанрах. Так, к научному относится статья, реферат, монография, к разговорно - бытовому - разговор, беседа, спор и т. д.

5. Логика речи и структура дедуктивного и индуктивного размышлений

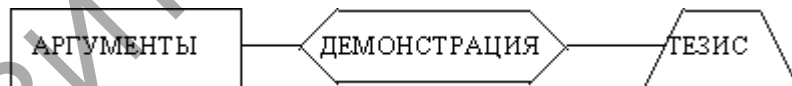
С логической точки зрения рассуждение - это цепь умозаключений демонстрация на какую-нибудь тему, изложенных в последовательной форме. Такое раскрытие мира в его причинно - следственных связях - это ответ на вопрос: «Почему?» Вариантом рассуждения считают **определение** и **объяснение**, бытующие в научных текстах, в языке массовой коммуникации.

Логика мышления требует, чтобы в любом рассуждении содержались части: тезис - утверждение, которое надо доказать; обоснование высказанной мысли при помощи доводов, доказательств. Структуру дедуктивного и индуктивного размышлений можно представить графически:

1. Дедуктивное



2. Индуктивное



Совокупность аргументов - положений, истинность которых проверена и доказана практикой - называется аргументацией.

Аргументы делят на 2 вида:

1. Аргументы к существу дела. Это факты, устанавливаемые путем наблюдения, опыта, цифровой или статистический материал, документы, доказанные положения и т. д.

2. Аргументы к человеку. Это ссылка на высказывания, мнения авторитетных людей: ученых, писателей, общественных деятелей, специалистов; расточение похвал, привлечение внимания к достоинствам и недостаткам, вкусам оппонента; возбуждение в другой стороне жалости и сочувствия. Аргументы первого вида нацелены на то, чтобы **доказать**, т. е. установить истинность тезиса, а второго - на то, чтобы **убедить** - сделать слушателей единомышленниками, вселить уверенность, что истинность тезиса доказана. Основа убедительности речи - ее доказательность, но важную роль играет риторическое мастерство: пафос, манеры, голос и т. д.

4. Коммуникативные барьеры

Понимание сообщения в коммуникативном процессе может быть ограничено целым рядом помех или барьеров, которые могут возникать либо в физическом окружении, либо в сфере эмоций человека. Помехи, барьеры – это коммуникативные помехи, препятствия, любые вмешательства в процесс коммуникации на любом из его участков, искажающие смысл сообщения.

Выделяют следующие *типы барьеров*:

1. **Личностные барьеры** – это коммуникативные помехи, порождаемые человеческими эмоциями, системами ценностей и неумением слушать собеседника. К личностным барьерам относится и так называемая психологическая дистанция – чувство эмоциональной несовместимости людей, аналогичное реальному физическому расстоянию между сторонами.

2. **Физические барьеры** – представляют собой коммуникативные помехи, возникающие в материальной среде коммуникаций. Физические барьеры – это неожиданный отвлекающий шум, который временно заглушает голос, передающий сообщения, расстояния между людьми, стены или статические помехи, возникающие во время приема радиопередачи.

3. **Семантические барьеры** – коммуникативные помехи, возникающие вследствие неправильного понимания значения символов, используемых в коммуникациях. К символам общения относятся, в частности, слова, действия.

4. **Языковые барьеры** – коммуникативные барьеры, возникающие вследствие языковых различий отправителя и получателя. Обе стороны не только должны знать буквальное значение слов используемого языка, но и интерпретировать в контексте использования. Одним из проявлений этого барьера выступает внутригрупповой язык.

5. **Организационные барьеры** – коммуникационные помехи, обусловленные характеристиками любой организации: число звеньев и ступеней управления, тип взаимосвязей между ними, распределение прав, обязанностей и ответственности в системе управления и т.д.

6. **Различие в статусе** – также может стать барьером на пути коммуникации. Лицо более низкого уровня иерархии может воспринимать различия в статусе как угрозы, что мешает общению или даже прерывает его.

7. **Культурные барьеры** – коммуникативные помехи, возникающие вследствие культурных различий отправителя и получателя, незнания национальных обычаев, традиций, норм общения, системы жизненных ценностей и т.д. Культурные различия проявляются как при вербальном так и при невербальном общении.

8. **Временные барьеры** – коммуникативные помехи, возникающие вследствие недостатка времени для осуществления полной коммуникации.

9. **Коммуникативные перегрузки** - препятствуют эффективному общению. Они возникают, когда объем коммуникативных входов существенно превышает возможности их обработки или реальные потребности.

10. **Нежелание делиться информацией.** Обладание информацией – один из источников власти. Те, кто располагают эксклюзивной информацией, получают возможность использовать ее для влияния на других людей.. Владеющие полной информацией могут передать лишь незначительную ее часть, использование которой не дает возможности принять оптимальное решение.

Также существуют и другие барьеры, влияющие на коммуникативные отношения.

6. Вербальный креатив: копирайтинг и спичрайтинг

Современный человек пишет ежедневно, пишет много. Письма, в которых нужно отстоять свое мнение или убедить клиента, коммерческие предложения, статьи, наполнение сайтов, сопроводительные письма, информация о себе и своем продукте в социальных сетях и блогах, подготовка публичных речей и выступлений. От того, насколько убедительно и эффективно мы пишем, зачастую зависит результат наших усилий, выступлений, принятие нужного нам решения, поддержка нашей позиции или точки зрения. Копирайтинг и спичрайтинг дает практические инструменты, направленные на то, чтобы научиться писать — эффективно, ярко, с удовольствием, чтобы тексты работали и достигали целей.

Виды копирайтинга: приглашение, презентация, пресс-релиз, письма, тестемониал, интервью, пресс-кит и др.

Копирайтинг (от англ. copywriting) — профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Специалистов, которые занимаются копирайтингом, называют копирайтерами. Слово «копирайтинг» — это английское «copywriting» в русской транскрипции. «Сору» в данном случае переводится как рукопись или текстовый материал, а «writing» происходит от «write» — писать.

Отметим, что слово «copywriting» даже в английском языке является неологизмом и в словарях не представлено. «Копирайтер» (copywriter) же трактуется как «писатель рекламных и пропагандистских текстов» (a writer of advertising or publicity copy). Термин «копирайтинг», в силу своей молодости, может иметь различное толкование. Например, под копирайтингом понимают создание уникальных текстов для нужд SEO или просто написание статей — не обязательно рекламного характера. Иногда в веб-разработке под «копирайтингом» подразумевают степень

уникализации, противоположную рерайтингу. Точнее называть степень уникализации авторским текстом.

Спичрайтинг — в самом общем смысле,- профессиональное написание текстов для публичных выступлений (англ. «Speechwriting» — написание речи). Спичрайтинг – это специфическая PR-технология, представленная в виде техники подготовки и написания PR-текста, предназначенного для устного выступления. В основе спичрайтинга лежат базовые навыки: понимания поведения человека и навыки манипулирования им, но отточенные до совершенства. К ним можно отнести: лингвистику, риторику, психологию, рекламу, НЛП. Знание основ этих наук позволяет создать достаточно яркий и интересный текст. А главное — подготовиться к выступлению, грамотно его провести и воздействовать на публику желаемым образом.

Основными областями приложения данного навыка и инструмента являются политика и бизнес. В соответствии с чем, и выделяются два основных вида спичрайтинга: деловой и политический.

Психология *письменного воздействия* в речи:

- Использование методов психолингвистики в процессе создания текста
- Ценностные слова
- Гипнотические тексты. Бессознательные ассоциации
- ИмPLICITная (скрытая) информация в рекламном тексте
- Тексты с программируемым многократным воздействием

Текстовая речь состоит:

- Сторителлинга - истории
- Замысла, «крючок» в начале истории, саспенс, герой-антигерой, WHAT-формула
- Юмор, сексуальный мотив, эпатаж в тексте
- Художественные приемы в тексте. Метафора, гипербола

Процесс написания речи состоит из следующих этапов:

- Тезисы речи: выделение основных моментов
- Начало, основная часть, заключение речи
- Подразделы
- Тайминг речи: оптимальная общая продолжительность, необходимое время для каждого раздела
- Материалы для выступления: карточки, блок-схемы, «ментальные карты» и др.

Формат занятости в данных сферах связан с фрилансингом - способом удаленной работы спичрайтеров и копирайтеров.

Литература:

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 256.

2. *Введенская, Л.А.* Культура и искусство речи. Современная риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. – С.12-274с.
3. *Гойхман, О.Я.* Основы речевой коммуникации / О.Я. Гойхман, Т.М. Найденина. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 118с.
4. *Смирнова М.В.* Игровой тренинг и сочинение речевых импровизаций // Сценическая речь: прошлое и настоящее: Избранные труды кафедры сценической речи СПбГАТИ. СПб.: Изд-во СПбГАТИ, 2009. С. 308-317.
5. *Порубов Н.И.* Риторика : учебное пособие для студентов вузов / Н.И. Порубов.- Минск: Вышэйшая школа, 2004.- 352с.
6. *Зубра, А.С.* Ораторское искусство / А.С. Зубра. – Минск: Дикта, 2010.- 248с.
7. *Риторика: Учебник* /Смелкова З.С., Ладыженская Т.А. под Ред. Ипполитовой Н. А., З.С.Смелкова. – М.: ИЗДАТЕЛЬСТВО ПРОСПЕКТ, 2010 г.
8. *Электронный учебник* Мирошниченко А.А. Деловое общение / <http://www.e-college.ru/xbooks/xbook105/book/index/index.html>
9. *Голубев, В.Л.* Риторика: ответы на экзаменационные вопросы. / В.Л. Голубев. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 224 с.
10. *Рудь, Л.Г.* Культура речи: учеб. пособие / Л.Г. Рудь, И.П. Кудреватых, В.Д. Стариченок: под общ. ред. В.Д. Стариченка. – Минск: Высш. шк., 2005. – С. 5-71.
11. *Трусь, А.А.* Публичные выступления: психологический аспект: Учеб. пособие / А.А. Трусь. – Минск: Элайда, 2011. – 152с.

Список литературы (основная и дополнительная)

Основная

1. *Андреев, В.И.* Конфликтология. Искусство ведения спора, переговоров / В.И. Андреев. – Казань: Пресс, 2002.-178с.
2. *Бороздина, Г.В.* Психология делового общения: учеб. пособ. / Г.В. Бороздина.–М.: ИНФРА-М, 2000, -224с.
3. *Введенская, Л.А.* Культура и искусство речи. Современная риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 574с.
4. *Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне* / под ред. В.О. Пигулевского – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2011. – 404 с. С. 170-253.
5. *Гойхман, О.Я.* Основы речевой коммуникации / О.Я. Гойхман, Т.М. Найденина. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 118с.
6. *Жуков, Ю.М.* Эффективность делового общения / Ю.М. Жуков. – М.: Реф-бук, 2004.– 404 с.
7. *Каляда, А. А.* Слоўнік акцэра і рэжысэра / А.А. Каляда. – Минск: Асар, 1995.- 269с.
8. *Карнеги, Д.* Как выработать уверенность в себе и влиять на других людей, выступая публично. Пер. с англ. / Д. Карнеги. – Киев: Наукова думка, 1993. – 492с.
9. *Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы II Междунар. Науч. практ. конф., 13-14 нояб. 2008 г., Минск / ред. совет: А.В. Рубанов (пред.) [и др.]. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2008. –256 с.С.35-39; С.110-111; С.150-151; С.153-161; С.163-164; С.220-222.*
10. *Кудреватых, И.П.* Риторика: учеб.пособ. / И.П. Кудреватых. – Минск: ГЭНИ ЗАО «ВЕДЫ», 1997. –56с.
11. *Кузин, Ф.А.* Имидж бизнесмена: практ. пособ. / Ф.А. Кузин. – М.: ИНФРА-М, 1995. -267с.
12. *Кузин, Ф.А.* Культура делового общения / Ф.А. Кузин. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 345с.
13. *Кузнецов, И.Н.* Риторика / И.Н. Кузнецов. – Минск: Высш. шк., 2000. – 464с.
14. *Лебедева, М.М.* Уметь вести переговоры / М.М. Лебедева. – М.: ИНФРА-М, 1991. – 256с.
15. *Логика и риторика: Хрестоматия* / В.Ф. Берков [и др.]; под общ.ред. Я.С. Яскевич. – Минск: ТетраСистемс, 2007. – 624с.
16. *Львов, М.Р.* Риторика: учеб.пособ. / М.Р. Львов. – М.: Academia, 1996. - 256с.

17. *Михайличенко, Н.А.* Риторика / Н.А. Михайличенко. – М.: Academia, 2004. – 96с.
18. *Павлова, Л.Г.* Спор, дискуссия, полемика / Л.Г. Павлова. – М.: Academia, 1991.- 212с.
19. *Панасюк, А.Ю.* Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники/ А.Ю. Панасюк. – М.: Омега – Л, 2007. – 266с. С. 38-67.
Плещенко, Т.П. Стилистика и культура речи. Практические занятия: учеб. пособие для студентов вузов/ Т.П. Плещенко, Н.В. Федотова, Р.Г. Чечет; под общ.ред. П.П. Шубы. – Минск: ТетраСистемс, 1999. –304с.
20. *Рудь, Л.Г.* Культура речи: учеб.пособие / Л.Г. Рудь, И.П. Кудреватых, В.Д. Стариченок: под общ. ред. В.Д. Стариченка. – Минск: Высш. шк., 2005. – 271 с.
21. *Южин, В.И.* Энциклопедия этикета / В.И. Южин. – М.: РИПОЛ классик, 2008. - 640с. С.96-181.

Дополнительная

1. *Бондырева, С.К.* Толерантность (введение в проблему) / С.К. Бондырева, Д.А. Колесов. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. –240с. С. 3-28.
2. *Гестеланд, Р.* Кросс-культурное поведение в бизнесе. Маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах / Р. Гестеланд. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2004.– 276с.
3. *Козлова, В.Г.* Костюм как знаковая система / В.Г. Козлова. – М.: Academia, 1980. -435с.
4. *Котович, О.* Золотые правила народной культуры / О. Котович, Я. Крук. – Минск: Адукацыя і выхаванне, 2007. – 584с.
5. *Пиз, А.* Язык телодвижений: как читать мысли людей по их жестам. Пер. с англ./ А. Пиз. –Новгород:Браво, 1992. – 267с.
6. *Поль Л. Сопер.* Основы искусства речи. Пер. с англ. / Поль Л. Сопер. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 448с.
7. *Русская риторика: Хрестоматия/* сост. Л.К. Граудина. –М.:, Новое знание, 1996. –556с.
8. *Слемнев, М.* Диалектика спора/ М. Слемнев. –Минск:Юнипак, 2000. – 322с.
9. *Савостьянов, А.И.* Общая и театральная психология: учеб.пособие / А.И. Савостьянов. – СПб.: КАРО, 2007. - 256 с. С. 137-212.
10. *Федосеев, П.Н.* Об искусстве полемики / П.Н. Федосеев. –М.:Народное образование, 2004. – 236с.
11. *Хазачеров, Т.Г.* Общая риторика / Т.Г. Хазачеров Т.Г., Я.С. Ширина.– Ростовн/Д, Феникс,2005. –320с.
12. *Ханин, М.И.* Практикум по культуре речи / М.И. Ханин.– М.: Новое знание, 2009. – 167с.

13. *Шейнов, В.П.* Психология и этика делового контакта / В.П. Шейнов. – Минск: Асар, 1996. – 341с.
14. *Шостом, Э.* Анти-Карнеги или Человек-манипулятор/ Э. Шостом. – Минск: Асар, 1992. – 328с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Практический раздел

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Тематика и методические указания к семинарам, практическим, лабораторным, тренинговым занятиям

Вопросы к семинарским занятиям

Семинар 1

1. Характеристика структурных моделей коммуникации (модели коммуникации Аристотеля, Шеннона - Уивера, линейные модели коммуникации и др.)
2. Какие существуют нелинейные модели коммуникации?
3. Какие модели коммуникации (прикладные) используются в решении специальных задач?
4. Типологии коммуникации (классификация)
5. Понятие и типология коммуникационных барьеров.
6. Раскройте понятия «Коммуникативная среда» и «сферы коммуникации», «дискурс»
7. Характерные особенности и виды и цели научного стиля
8. Характерные особенности и виды и цели публицистического стиля
9. Характерные особенности и виды и цели художественного стиля
10. Охарактеризуйте структуру и стили общения в рекламной практике
11. Какие социально-культурные процессы в обществе определяют изменения в значениях слов?

Семинар 2

1. Выявите значение риторики в современной речевой коммуникации
2. Раскройте содержание классической триады: «этнос-логос-пафос»
3. Охарактеризуйте выразительные средства речи (риторические фигуры, тропы и др.)
4. Коммуникативные функции речи (констатирующая, вопросительная, аппелятивная, экспрессивная, контактоустанавливающая, эстетическая и др.)
5. Какова жанрово-тематическая типология речей?
6. Какие персоналии в истории риторики вам известны?
7. Какие мастера красноречия вам известны в истории риторики Беларуси?
8. Каков вклад гомилетики и судебного красноречия в развитие теории и практики красноречия?
9. В чём особенности неориторики?
10. Что изучают разделы классической риторики (инвенция, диспозиция и др.)?

11. Какие существуют элементы речевой выразительности?
12. Кто развивал художественное чтение как самостоятельный вид искусства?

Семинар 3

1. Какие формы группового общения существуют в рекламной сфере?
2. Охарактеризуйте методы аргументирования
3. Какие существуют виды современной словесности?
4. Какие приёмы и способы, призваны активизировать внимание аудитории?
5. Охарактеризуйте традиционные жанры устно-речевой коммуникации (публичные речи, интервью, комментарий, консультация)
6. Охарактеризуйте специфические жанры устно-речевой коммуникации в коммуникации (спор, дискуссию, полемику, дебаты, прения)
7. Дайте определение что такое «публичное выступление», «презентация». Раскройте характеристики публичного выступления (процессуальная, результирующая и инструментальная)?
8. Презентация как частный случай публичного выступления: виды и типы аудитории на презентации
9. Какое влияние оказывает имидж на процесс речевой коммуникации презентатора и оратора?
10. Особенности невербальных отношений в процессе речевой коммуникации
11. Речевое поведение в процессе пресс-конференций и особенности докоммуникативного и посткоммуникативного этапа публичного выступления

Семинар 4

Тема: «Речевая культура и культура речи»

(проходит дополнительно в форме обсуждений, дебатов, дискуссий)

Тематика семинарских занятий

(Заочное обучение)

1. Процесс коммуникации, модели рекламной коммуникации и виды публичных выступлений в рекламной практике;
2. ***Риторика в современной речевой коммуникации и принципы эффективной неориторики;***
3. Спичрайтинг и копирайтинг. Презентация как частный случай публичного выступления

Методические рекомендации к практическим занятиям

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№	Название раздела, темы	Практические занятия
1	Вводная лекция. Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации	2
2	Риторика в современной речевой коммуникации	4
3	Речевая деятельность и особенности функционирования языка	2
4	Речевая культура и культура речи	2
5	Речь как средство общения. Вербальный креатив: копирайтинг и спичрайтинг	2
	Всего...	10

Методические рекомендации к практическим занятиям

Письменные задания

1. Подобрать (можно сочинить) и записать цитаты о белорусском языке.
2. На основании игры «Переводчик» («Демосфен - канонический оратор Древней Греции»), проведенной на занятиях кратко изложить историю становления ораторского мастерства Демосфена.
3. На основании анализа речей выдающихся ораторов на практических занятиях (задание «Типы речей: целевая установка речи») разработать последовательность анализа речи для выступления (записать не менее 6 пунктов).
4. Выписать скороговорки и сложные буквосочетания и проработать их устно. (По желанию студента: сочинить собственные скороговорки; составить рассказ из скороговорок).
5. Просклонять по падежам сложные числительные
6. Разработать риторические фигуры по представленному на занятиях образцу: «Риторические (стилистические фигуры и тропы)»:
Риторические (стилистические фигуры и тропы)»

Виды риторических фигур и тропов	Примеры	Собственный вариант

7. Подготовить и записать игру для установления контакта с аудиторией (пример игра на невербальное взаимодействие «Приветствие индейцев».)
8. Ответить на вопросы тестов по теме «Устно-речевая коммуникация» и «Риторика в современной речевой коммуникации»
9. Подготовить и записать игру для установления контакта с аудиторией (пример игра на невербальное взаимодействие «Приветствие индейцев».)
10. Для обсуждения на занятиях темы «Психолингвистика как наука о языке и речи в межкультурной коммуникации» предлагается статья К. Донской «Сделано в Китае: как неоднозначные слова приводят к культурным стереотипам». Студентам предлагается познакомиться с таким явлением в речи как *омофония* и проанализировать различное отношение к языку и речи в разных языковых культурах.

Методические рекомендации к лабораторным занятиям

Задания и содержание работы в малых группах (лабораториях)

1. Голосовой тренинг (работа над голосом, артикуляцией и дикцией)
2. Тренинг со скороговорками (работа на дикцией и темпом речи) Задания по теме «Нормы речевой культуры» (нормы произношения и ударения, логика речи, использование числительных)
3. Интонирование (работа над длинными фразами)
4. Интонирование (работа над стихотворением)
5. Разработать (в команде) концепцию проекта журнала на тему «Толерантность»: определить задачи, потенциальную аудиторию, творческую стратегию и тактику, функции участников команды (редактор, художник, презентатор и др.). Подготовить презентацию журнала (придумать и обосновать название журнала, создать обложку, логотип, девиз, анонс статей) и выступить перед аудиторией. Выработать критерии оценки презентации, выбрать победителей.
6. Выявить целевую установку речи (в мелких группах) выдающихся ораторов (задание «Типы речей: целевая установка речи») и выступить перед аудиторией с фрагментом речи известного оратора
7. Разработать основные позиции речевого имиджа презентатора (речевой и визуальный, габидарный) презентатора. (Подготовить в команде схемы, рисунки, фото, картинки).
8. Выступить перед аудиторией с краткой импровизационной речью на тему «Моя профессия», «Лучший день моей жизни»
9. Художественное чтение стихов
10. Работа над содержанием речи на социально значимую тему.

Методические рекомендации к лабораторным занятиям и зачету

Примерная тематика выступлений с публичной и презентационной речью

1. Моя будущая профессия
2. Книга лучший подарок
3. Будущее без наркотиков
4. Умейте словом дорожить...
5. Университет будущего.
6. «Трэба дома бываць часцей...»
7. Памятники моей малой родины
8. Дорожите каждым мгновением жизни
9. Мой любимый город.
10. «Все начинается с любви...»
11. Семья или карьера: что важнее?
12. Оставайтесь Человеком!
13. Чужих детей не бывает.
14. Беженцы: разделим чужую боль
15. Будем беречь природу вместе!
16. Историческая память - основа сохранения будущего
17. Люблю тебя, Беларусь!
18. Любите ли вы театр?
19. Гениями рождаются?
20. Что такое любить?
21. Толерантность или безразличие?
22. Мужчина и женщина: путь к пониманию
23. Что значит быть мужчиной
24. Зеленый змей губит наших детей.
25. Отцы и дети: как найти компромис?
26. Не проходите мимо!
27. Реклама: две стороны одной медали.
28. Модно – значит красиво?
29. В чем оно – счастье?
30. Лучший фильм года.
31. SOS - Спасите наши уши!
32. Что значит быть собой?
33. Как жить с собакой невротиком?
34. Чудеса еще случаются.
35. Подарите праздник детям!

Методические указания к тренинговым занятиям

Тренинг - «ТЕХНИКА РЕЧИ – 1»

Тема: Техника речевой деятельности как мастерство вербальной коммуникации

РАЗДЕЛЫ:

1. Дикция, артикуляция, работа с гласными и согласными звуками.
2. Постановка голоса, диафрагмальное дыхание, тренировка длинного выдоха.
3. Работа с тембром - вибромассаж резонаторов, нахождение тембральной середины(истинный тембр) - звучность, красота и глубина голоса.
4. Правила интонирования - паузы, повышение-понижение интонации, логические ударения -технологические способы сделать речь внятной и выразительной

Тренинг - ТЕХНИКА РЕЧИ – 2»

Тема: Техника речевой деятельности и мастерство невербальной коммуникации

РАЗДЕЛЫ:

1. Внимание, активная сосредоточенность, переключение трех кругов внимания.
2. Удержание одновременно 2,3 и более объектов внимания (пищу и говорю по телефону и т.п.).
3. Снятие зажимов - внутреннее раскрепощение, владение мышцами лица и тела.
4. Взаимодействие с партнером - сосредоточение на партнере, физическое и словесное взаимодействие с партнером, эмоциональный посыл, ощущение партнера, воздействие на партнера, умение открываться, невербальное общение, работа в команде.
5. Приемы релаксации и концентрации, выработка рабочего самочувствия, работа с энергией.
6. Эмоциональная память, ассоциативное мышление, работа органов чувств, память на ощущения, наблюдательность.
7. Фантазия, создание образных видений, вера в предлагаемые обстоятельства.

Тренинг «ТЕХНИКА РЕЧИ – 3»

Тема: Копирайтинг и спичрайтинг: мастерство написания текстов и речей

Тренинг состоит из двух самостоятельных программ: Копирайтинг и Спичрайтинг.

Цели тренинга:

научиться быстро создавать эффективные тексты, выстраивать структуру текстов и выгодно представлять факты узнать, с помощью каких средств делать текст убедительным, доходчивым, точным, ясным, логичным, т.е. работающим, попадающим в нужную цель, передать участникам технологии подготовки речи, которая отличает спикера от других, укрепляет репутацию, приносит нужный результат.

Методы проведения:

Эффективность тренинга обеспечивается его практической направленностью: большая часть времени посвящена прикладным упражнениям, отработке навыков и приемов создания текстов и воздействия в текстовых материалах. Занятия проводятся в режиме интенсивного взаимодействия ведущего и участников. Используются работа в малых группах, мозговой штурм, анализ успешных речей бизнеса и политики, ролевая игра, подготовка и апробация текстов, наглядные материалы.

Программа:

Занятие 1. Копирайтинг

Виды копирайтинга

Приглашение, презентация, пресс-релиз, письма, тестемониал, интервью, пресс-кит и др.

Создание текстов

Разновидности стилей рекламных текстов

Дизайн, цвет, особенности восприятия графики и инфографики

Определение позиций и начальных установок текста. Рекламные образы

Психологические установки, как их учитывать при создании текстов

Структура текста, принцип пирамиды

Заголовок и подзаголовок, тема, слоган

Зачин текста, эхо-фраза

Связывание воедино всех элементов текста, переход от одного элемента к другому

Правила доработки текста

Практика:

Кейсы — удачный и неудачный дизайны текстов

Создание цепляющих заголовков. Создание слоганов. Создание зачинов и эхо-фраз

Анализ удачных и неудачных примеров из практики тренера
Работа по составлению текстовых сообщений участниками со своими материалами
Текстовая речь
Сторителлинг, или как написать историю
Шаблон истории, замысел, «крючок» в начале истории, саспенс, герой-антигерой, WHAT-формула
Юмор, сексуальный мотив, эпатаж в тексте
Художественные приемы в тексте. Метафора, гиперболола
Практикум сторителлинга на материалах участников. Анализ удачных и неудачных примеров из практики тренера
Психология письменного воздействия
Использование методов психолингвистики в процессе создания текста
Ценностные слова
Гипнотические тексты. Бессознательные ассоциации
Имплицитная (скрытая) информация в рекламном тексте
Тексты с программируемым многократным воздействием
Практика:
Применение психологических приемов письменного воздействия на материалах участников и тренера
Стилистика и редаKTура
Практика:
Написание пресс-релиза
Копирайтинг в PR
PR тексты: виды и особенности написания
Пресс-релизы, статьи в СМИ, тексты для сайта, приглашения и поздравления
Стилистика и редаKTура
Основные ошибки в PR копирайтинге
Практика:
Написание пресс-релиза
Завершение тренинга
Подведение итогов, обратная связь, ответы на вопросы, индивидуальные рекомендации
Занятие 2. Спичрайтинг
Введение. Перед написанием речи
Античные корни красноречия, школа Цицерона, современный спичрайтинг
Особенности текста, предназначенного для устного выступления
Методы и технологии спичрайтинга
Совмещение индивидуальных особенностей спикера со стилем его речи
Контекст и цель речи, ожидания слушателей
Практика:

Анализ речи Михаила Задорнова, Григория Явлинского, Юрия Шевчука и других

Процесс написания речи

Тезисы речи: выделение основных моментов

Начало, основная часть, заключение речи

Подразделы

Тайминг речи: оптимальная общая продолжительность, необходимое время для каждого раздела

Материалы для выступления: карточки, блок-схемы, «ментальные карты» и др.

Практика:

Подготовка и структурирование основных тезисов речи, тайминг речи

Правила написания текстов для публичных выступлений

Выразительные средства и идеи, адекватные цели выступления

Языковые приемы для более образной речи

Интересное начало речи, эффектный конец. Выступления и заключения речи, которые запоминаются

Моменты, которые внушают опасение, вызывают неоднозначное или двусмысленное толкование

Основные, ключевые моменты в речи — повторение на протяжении выступления

Риторические средства выразительности. ключевые слова

Метафоры и афоризмы — одни из ключевых составляющих спичрайтинга

Примеры из литературы, истории, личной жизни, цитаты, шутки

Специальные термины и мелкие детали

Анализ и корректировка готовой речи

Особенности подготовки единоразовых и «долгоиграющих» речей

Практика:

Подбор эффективных доказательств и примеров

Составление метафор и афоризмов

Написание речи для собственного выступления. Тренинг навыков на примерах: речь на собрании, выступление на конференции

Подготовка и апробация текстов для другого человека по поводам и жанрам: воодушевление, информирование, убеждение

Создание конструкции — шаблона для написания речей

Заключительная ролевая игра Спикер-Спичрайтер

Завершение тренинга

Подведение итогов, обратная связь, ответы на вопросы, индивидуальные рекомендации

Раздел контроля знаний

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Вопросы к зачету

1. Цели и задачи дисциплины «Техника речевой деятельности» и компетенции, которые приобретаются в процессе изучения.
2. Общая и частная риторики.
3. Профессиональная риторика как разновидность частной риторики.
4. История становления риторики как науки.
5. Основные этапы развития риторики.
6. Неориторика как наука об эффективном общении.
7. Понятие о риторическом идеале. Исторические изменения понятия.
8. Общериторический и риторико-педагогический идеал.
9. Общение. Функции общения. Виды и формы общения.
10. Стили общения. Эффективность общения.
11. Деловое общение: сущность, специфика, функции.
12. Речевое событие. Речевая ситуация. Структура речевой ситуации. Речевые ситуации в условиях переговорного процесса.
13. Речевой акт. Типы речевых актов.
14. Законы современной общей риторики.
15. Образ ратора. Коммуникативные намерения.
16. Требования к поведению говорящего и слушающего.
17. Речь. Речевая деятельность. Механизмы речи. Виды речевой деятельности.
18. Формы и разновидности речи.
19. Особенности устной речи.
20. Текст как продукт речевой деятельности.
21. Риторический канон: инвенция.
22. Риторический канон: диспозиция.
23. Риторический канон: элокуция
24. Риторический канон: мемория.
25. Риторический канон: акция.
26. Публичное выступление: основные роды и виды.
27. Разновидности публичных выступлений по целевой установке. Информационная речь. Эпидейктическая речь.
28. Разновидности публичных выступлений по целевой установке. Аргументирующая речь. Культура аргументации.
29. Письменные речевые жанры в профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы / специалиста в сфере международных культурных связей.
30. Устные речевые жанры в профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы / специалиста в сфере международных культурных связей.
31. Основные предпосылки успеха публичного выступления.
32. Общие принципы управления вниманием аудитории.

33. Межличностное речевое взаимодействие. Типы собеседников.
Техника взаимодействия собеседников.
34. Типы беседы. Модели беседы. Беседа с незнакомым человеком.
Светская беседа. Деловая беседа.
35. Речевой этикет и культура общения. Национальные особенности речевого этикета.
36. Основные стратегии, тактики и приемы спора.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Критерии оценки

Основные критерии оценки выступления публичного выступления на зачете

Критерии	Баллы	Примечание
Содержательная сторона публичной речи Актуальность и новизна выбора <i>темы</i> Определенность <i>целевой установки</i> публичного выступления (тип речи) Оригинальность <i>названия</i> Логика речи: -четкость структуры (зачин, вводная часть, основная, заключение) -ясность тезиса -последовательность аргументации Украшение речи (использование цитат, стихов, риторических фигур и тропов и др.)	1-10 1-10 1-10 1-10 1-10	Необходимо минимум 20 баллов для зачета
Нормы звучащей речи Стиль речи (соответствие теме, цели) Правильность произношения Правильность ударений Громкость Темп речи Наличие и степень интонирования	1-10 1-10 1-10 1-10 1-10	Минимум 30 баллов, если есть нарушения (по медицинским показаниям) минимум 15 баллов
Акцио Пафос речи (эмоциональность) Артистизм Невербальные характеристики оратора: Поза и правильность расположения перед аудиторией Оправданность жестикуляции Контакт глаз Риторические приемы в выступлении Наличие обратной связи с аудиторией (отклик аудитории)	1-10 1-10 1-10 1-10 1-10 1-10	Минимум 30 баллов

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К СЕМИНАРСКИМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Особенности устно-речевой рекламной коммуникации

Задание 1: Анализ предложенного текста и обсуждение проблем устно-речевой коммуникации в рекламной работе

Форма контроля: выработка правил речевого поведения в рекламной практике и работе с общественностью

Литература:

Рудь, Л.Г. Культура речи: учеб. пособие / Л.Г. Рудь, И.П. Кудреватых, В.Д. Стариченок: под общ. ред. В.Д. Стариченка. – Минск: Высш. шк., 2005. – С. 5-71.

Трусъ, А.А. Публичные выступления: психологический аспект: Учеб. пособие / А.А. Трусъ. – Минск: Элайда, 2011. – 152с.

Тема 2. Риторика в современной речевой коммуникации

Задание 1: Познакомиться с речами известных ораторов и выступить с использованием их текста перед аудиторией

Форма контроля: Анализ ошибок в публичном выступлении по предложенной схеме (См. Вспомогательный материал)

Задание 2: (на бел.яз.) На основе вывучэння прапанаванай выкладчыкам літаратуры падрыхтаваць «Гістарычны ліст» (царскі загад, прапанову і г.д.) у адпаведнай выбранай эпохе стылістыцы мовы. (пісьмова)

Форма кантроля: праверка пісьмовай работы на беларускай мове.

Литература:

Русская риторика: Хрестоматия/ сост. Л.К. Граудина. – М.: 1999. 620с.
Античные риторика: По общ. Ред. А.А. Тахо-Годи. –М., 1978. –352с.

Логика и риторика: Хрестоматия/ Сост. В.Ф. Берков, Я.С. Яскевич. –Мн., 1997. –624с. Кудреватых И.П. Риторика: Учебное пособие. –Мн.: ГЭНИ ЗАО «ВЕДЫ», 1997. –56с.

Тема 3 Речевая деятельность и особенности функционирования языка

Задание :1 Подготовить выступление на основе литературного материала, подобранного студентам самостоятельно.

А. Отобрать материал, который определяется художественной и риторической стоимостью.

Б. Изучить и провести риторический анализ на индивидуальных занятиях из преподавателем.

В. Выступить на практичных занятиях.

Форма контроля: выступление на практичных занятиях.

Литература:

Кузнецов, И.Н. Риторика / И.Н. Кузнецов. – Минск: Высш. шк., 2000. – С. 64-78, С. 147-233. Каляда А.А. Выразнае чытанне. – Мн., 1989. –270с.

Львов М. Риторика. – М., 1996. – С.3-120. Михайличенко Н.А. Риторика. – М., 1994. –96с.

Тема 4. Речевая культура и культура речи

Задание 1: Подготовить публичную речь по темам предложенным преподавателем. (собрать необходимый материал, составить план речи, написать текст речи, подготовить выступление на практичных занятиях)

Задание 2: участие в тренинге по технике речи

Форма контроля: выступление на практичных занятиях.

Литература: Веденская Л.А. Павлова Л. Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов на Дону, 1999. --215с.

Львов М. Риторика. – М., 1996. –С.130—256.

Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на других людей, выступая публично. --М., 1989, - 670с.

Тема 5. Речь как средство общения

Задание 1: Подготовиться к дебатам по темам предложенных преподавателем. (собрать необходимый материал, составить план, написать текст речи, подготовить выступление на практических занятиях)

Задание 2: участие в тренинге

Форма кантроля: выступление на практичных занятиях.

Литература:

Кузнецов, П.И. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П.А. Кузнецов. – ИМ.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – С. 87-161.

Веденская Л.А. Павлова Л. Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов на Дону, 1999. --215с.

Кузин, Ф.А. Культура делового общения / Ф.А. Кузин. – М.: ИНФРА-М, 1997. – С.135-247.

Методические указания к самостоятельной работе студентов: тематика, график контроля, контрольные вопросы, тесты к самопроверке и др.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине

Самостоятельная работа направлена на углубление знаний по данной дисциплине и побуждение студентов к творческой деятельности и правильному речевому поведению. Самостоятельная работа включает следующие формы:

- подготовка к лекциям, семинарским и практическим занятиям;
- изучение учебников и учебных пособий;
- изучение и конспектирование хрестоматий и справочной литературы по литературным нормам языка и речи;
- написание тематических докладов, рефератов на проблемные темы современной речевой коммуникации;
- участие студентов в составлении тестов речей для научной дискуссии;
- выполнение творческих заданий (написание речей - спичрайтинг), письменная подготовка к интервью, собеседованию, самопрезентации и др.;
- создание схем (денотатный граф), наглядных электронных презентаций по изучаемым темам;
- занятия в библиографическом отделе библиотеки по сбору материалов для дискуссий, дебатов, написания речей и др.
- репетиции художественного чтения стихов и выступлений с публичной речью;
- самостоятельный тренинг техники речевой деятельности;

Для оценки качества самостоятельной работы студентов осуществляется контроль за ее исполнением. Формы контроля самостоятельной работы: собеседование, проверка индивидуальных графических заданий (денотатный граф) и письменных текстов (тексты публичных речей, деловых писем), консультирование студентов по созданию мультимедийных презентаций и выбору материала для художественного чтения.

**ГРАФИК КОНТРОЛЯ УПРАВЛЯЕМОЙ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ (УСР)**

№	Название раздела, темы	График контроля
1	Вводная лекция. Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации	
2	Риторика в современной речевой коммуникации	
3	Речевая деятельность и особенности функционирования языка	
4	Речевая культура и культура речи	2 октябрь
5	Речь как средство общения	2 декабрь
	Всего...	4

Контрольные вопросы

1. Какая деятельность является самой распространённой?
2. В чём выражается регламентированность речевого взаимодействия в служебной сфере (учреждение культуры, рекламное агентство и др.)?
3. Речевой этикет и психологические аспекты презентации как частного вида публичного выступления.
4. Охарактеризуйте структуру и стили общения.
5. Каковы функции языка и социальные формы его существования?
6. Какие проблемы речи стали особенно актуальны в последнее десятилетие?
7. Какие социально-культурные процессы в обществе определяют изменения в значениях слов?
8. Какой выход из создавшегося положения можно предложить для повышения культуры речи в обществе?
9. Какие существуют устные и письменные формы современного делового общения и в чём их особенности?
10. Какие формы группового общения существуют в служебной сфере?
11. Охарактеризуйте методы аргументирования.
12. Выявите особенности полилогической коммуникации.
13. Какие существуют виды современной словесности?
14. Какие приёмы и способы, призваны активизировать внимание аудитории?
15. Что представляет речевой имидж как фактор коммуникации и социальной регуляции?
16. Особенности подготовки и проведения публичных выступлений и переговоров.
17. Какое влияние оказывает имидж выступающего на процесс деловых бесед и переговоров?
18. Что представляет риторика в современной речевой коммуникации?
19. Мастера красноречия (античность, современность).
20. Каков вклад гомиетики и судебного красноречия в развитие теории и практики красноречия в России.
21. В чём особенности неориторики?
22. Какие существуют приёмы установления обратной связи с аудиторией?
23. Охарактеризуйте разделы классической риторики.
24. Структура рекламного послания и этапы подготовки презентации.
25. Особенности вербальных отношений в процессе межкультурной коммуникации: работа с переводчиком

Тесты для самопроверки

Тема 1 Техника речевой деятельности: культура речи

Какие аспекты речевой деятельности изучаются дисциплиной «Техника речевой деятельности»?

Нормативный

Коммутативный

Метафизический

Этический

Коммуникативный

Законы современной деловой риторики предписывают:

Учет таких особенностей собеседника, как его социальный статус,

образовательный, культурно-речевой уровень, особенности его личности

Ориентирование партнера в ходе деловых переговоров по принимаем решениям через резюмирование

Демонстрация готовности к сотрудничеству

Воздержание от похвал и комплиментов в адрес собеседника

Дезориентирование партнера, манипулирование им

Соблюдение правил эффективной речевой коммуникации

Соблюдение делового и речевого этикета, ролевого амплуа, учет национальных и культурных традиций коммуникантов в деловом общении свидетельствует о его...

Демократичности

Либеральности

Регламентированности

Все ответы верны

Форма делового общения, для которой характерны столкновения мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения, называется деловой _.

полемикой

ситуацией

встречей

Слушание, при котором адресат не вмешивается в речь собеседника, не перебивает его, ограничиваясь реактивными репликами типа «да-да» и при этом демонстрируя доброжелательность и поддержку, называется _.

нерефлексивным

рефлексивным

Нормы литературного языка изучаются аспектом культуры речи.

этическим

коммуникативным

нормативным

Преимущественное восприятие информации в виде зрительных образов характерно для...

визуалов

аудиалов

верны все ответы

кинестетиков

Социальный статус участников общения, их возраст, пол, характер, национальность, вероисповедание, профессия учитывается с позиций аспекта культуры речи.

этического

коммуникативного

нормативного

Активное участие слушающего в речи собеседника, помощь в выражении его мыслей и чувств с целью правильного и точного понимания собеседниками друг друга - это _.

нерефлексивное слушание

рефлексивное слушание

Отметьте верные суждения.

Принцип Поллианы требует, чтобы содержание речевого общения удовлетворяло критериям оптимистического настроения коммуникантов

В деловой коммуникации сообщаемая информация должна быть интересной не только для адресанта, но и для адресата

В деловом общении в условиях диалога реактивные реплики адресата (так-так, возможно, неплохо и т.п.) расцениваются как бестактные, как попытки прервать говорящего (адресанта)

Принцип кооперации и коммуникативного сотрудничества исключает смену коммуникативных ролей в диалогической речи

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Темы курсовых, дипломных работ

- 1. Коммуникативные технологии в рекламной деятельности**
- 2. Технологии создания вербального образа в рекламе**
- 3. Коммуникативная компетентность специалиста в сфере рекламы**
- 4. Особенности рекламной деятельности в учреждениях социально-культурной сферы: устно-речевое взаимодействие**

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Вспомогательный раздел

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Учебно-методическая карта дисциплины

Тематический план курса для разных форм обучения

ДИСЦИПЛИНА «ТЕХНИКА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
(Стационарное обучение)

№	Название раздела, темы					Количество аудиторных часов
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Всего
1	Вводная лекция. Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации	2	2			2
2	Риторика в современной речевой коммуникации	2	4	2	2	10
3	Речевая деятельность и особенности функционирования языка	2	2	2		6
4	Речевая культура и культура речи	2	2	2		6
5	Речь как средство общения	2	2			4
	Всего...	10	10	6	2	28

Тематический план курса для разных форм обучения

ДИСЦИПЛИНА «ТЕХНИКА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
(Заочное обучение)

№	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Всего
1	Вводная лекция. Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации.	4	2		4
2	Речевая деятельность и особенности функционирования языка. Риторика в современной речевой коммуникации.	2	2	2	6
	Всего...	6	4	2	12

Программа дисциплины

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

_____ Ю.П. Бондарь
« _____ » _____ 2016 г.
Регистрационный № УД- _____ /баз.

ТЕХНИКА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для направления специальности
1-21 04 01-02 Культурология (прикладная) специализации
специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и связей с
общественностью*

Минск
БГУКИ
2017

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.В. Калашникова, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»;

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Ю.Г. Болотова, доцент кафедры культурологи Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова», кандидат культурологи;

И.А. Алексина, доцент кафедры театрального творчества учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 26.09.2016 г.)

Президиумом Научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № от 2016 г.)

Ответственный за редакцию: В.Б. Кудласевич
Ответственный за выпуск: А.В. Калашникова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Техника речевой деятельности» – учебная дисциплина способствующая совершенствованию коммуникативных навыков будущего специалиста, в соответствии с требованиями высшей школы и будущей профессиональной деятельности. Преподавание дисциплины направлено на создание устойчивой базы для дальнейшего усвоения дисциплин социально-культурного и культурологического цикла: «Сценарное мастерство» и «Режиссура культурно-досуговых программ» «Реклама в сфере культуры» и др.

Цель дисциплины - обучение будущих специалистов в сфере рекламы мастерству красноречия, приобретение студентами коммуникативной компетентности и культуры речи.

Задачи курса:

1. формирование у студентов устойчивых знаний в области речевой деятельности;
2. знакомство студентов с практикой и опытом речевой коммуникации (письменной и устной) в рекламной деятельности учреждений культурно-досуговой сферы и связей с общественностью;
3. изучение студентами технологических основ речевой коммуникации, специфики деловой риторики и презентаций в сфере культурно-досуговой деятельности;
4. выработка у студентов способностей к межличностным коммуникациям, умений по организации эффективной речевой коммуникации в сфере профессиональной деятельности;
5. формирование у студентов лингвистических навыков (устная и письменная коммуникация), поиска и анализа информации для подготовки материалов, используемых в публичных выступлениях.

В результате освоения курса студент должен *знать*:

- нормы техники речевой деятельности;
- место и роль речевой деятельности в профессиональной деятельности;
- специфический язык разных видов художественной словесности (поэзия, проза и др.) и современной словесности (устная словесность, письменная речь, печатная словесность, словесность СМИ);
- проблемы и тенденции развития речи, нормы русского и белорусского языка;
- достижения классической риторики и неориторики для их действенного использования в развитии личности, управленческом процессе и коммуникативной деятельности культуролога-менеджера;

- инновационные формы речевой деятельностью для осуществления эффективной презентации услуг учреждений культуры в реальных условиях их функционирования.

Студент должен *уметь*:

- осуществлять художественно-творческую, организационно-управленческую и рекламно-информационную функции учреждений культуры с помощью эффективной речевой деятельности;

- формировать у населения эстетическую культуру и культуру речи с помощью мастерства публичного выступления – риторики;

- использовать различные виды речевой коммуникации при разработке и проведении социально-культурных программ по организации свободного времени в конкретном микросоциуме;

- иметь навыки речевой коммуникации, связанные с управлением информацией;

- составлять тексты выступлений, поздравительные, презентационные речи и др.);

- владеть навыками голососбережения и его развития.

В числе эффективных педагогических технологий, которые содействуют развитию у студентов критического мышления, опыта формирования и использования инструментария учебно-творческой деятельности, ролевого и имитационного моделирования, возможности осваивать новый коммуникативный опыт, поиска и выявления студентами собственных смыслов и ценностного отношения, можно выделить *технологии*:

-проблемного обучения;

-развития критического мышления;

-проектного обучения;

-проведения учебных дискуссий, дебатов; публичных выступлений;

-учебной деловой игры;

-рациональной организации самостоятельной работы студентов (репетиционный процесс).

Основные формы обучения – лекции, семинарские занятия, практические занятия, лабораторные занятия и самостоятельная работа студентов. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов ориентирована на подбор и изучение материала для создания текстов речей для публичных выступлений перед аудиторией.

Учебным планом на изучение дисциплины «Речевая коммуникация (Риторика)» предусмотрено 54 часа, из них 28 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов занятий: лекционных – 10, семинарских – 6, практических – 10, лабораторных – 2. По завершению изучения учебно дисциплины предусмотрен зачет (публичное выступление перед аудиторией).

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Название раздела, темы					Количество аудиторных часов
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Всего
1	Вводная. Речевая деятельность и особенности функционирования языка	2	2			2
2	Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации	2	4	2	2	10
3	Риторика в современной речевой деятельности специалиста в области рекламы	2	2	2		6
4	Речевая культура и культура речи	2	2	2		6
5	Речь как средство общения. Вербальный креатив: копирайтинг и спичрайтинг	2	2			4
	Всего...	10	10	6	2	28

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Вводная лекция. Речевая деятельность и особенности функционирования языка

Цели и задачи курса. Понятия «биоакустика», «речевая деятельность», «техника речевой деятельности», «речевая коммуникация», «речевое общение», «речевое поведение».

Речь и язык – сравнительный анализ понятий. Функции языка и социальные формы существования языка.

Речь и общение. Общение как социально-психологическая проблема. Науки, которые занимаются изучением проблем речи и общения. Отличие публичной и сценической речи.

Великие учёные, писатели и поэты о языке и культуре речи. Мнение исследователей о будущем русского и белорусского языка. Культура речи и трансформация языковой ситуации в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь «О языке», Закон Республики Беларусь «О печати и других средствах массовой информации» и другие документы, регламентирующие речевую деятельность в государстве.

Тема 2. Процесс коммуникации и особенности устно-речевой рекламной коммуникации

Содержание курса, цели и задачи. Понятие коммуникации. Коммуникация как явление, структура и процесс, основные дефиниции. Коммуникация как специальный характер взаимодействия людей друг с другом, выраженный в контактах и общении. Аристотель и его структура коммуникации: оратор – речь – аудитория. Модели коммуникации. Речевая коммуникация. Основные составляющие процесса коммуникации и подходы к её изучению. Виды коммуникации. Коммуникация в решении специальных задач: политические, организационные, рекламные коммуникации и др. Особенности межличностной коммуникации.

Особенности устно-речевой рекламной коммуникации. Деловая коммуникация как предметно-целевая деятельность: содержание каждой коммуникативной формы (лекции, доклада, дискуссии, беседы) и каждой речевой конструкции (вывода, мнения, критического замечания, реплики) зависит от коммуникативного намерения и ожидаемого результата. Функции устно-речевой рекламной коммуникации: инструментальная, интегративная, самопрезентации, трансляционная, социального контроля, социализации, экспрессивная и др. Виды речей в рекламе.

Тема 2. Риторика в современной речевой коммуникации специалиста в области рекламы

Понятия «риторика», «оратор», «ритор». Мастера красноречия и развитие ораторского искусства на Беларуси. Классическая риторика и ее разделы. Риторика в современной речевой коммуникации. Риторика благодарности. Риторика извинения. Риторика замечания.

Неориторика - мастерство эффективной речи. Понятие «публичная речь», виды речей. Целевая установка речи и этапы подготовки выступления.

Ораторика (поздравительная речь) как классический тип речи, организующий и нормализующий жизнь государства. Требования к содержанию и построению поздравительной (хвалебной, эпидейктической) речи. Традиции академического (монологического, лекторского) и педагогического (учебного) красноречия. Требования к образу оратора в научном выступлении: новизна, уместность, оригинальность, системность, краткость, полнота изложения предмета, оптимальность стиля. Жанры учебной речи: лекция, семинар, учебный диалог, экзамен. Приёмы установления обратной связи с аудиторией.

Виды речевой коммуникации специалиста в области рекламы: рекламное обращение, торговая речь, презентация, пресс-конференция, переговоры и др. Дифференциация визуального и вербального компонента образа в рекламе.

Тема 4. Речевая культура и культура речи

Понятие «речевая культура». Четыре типа речевой культуры носителей литературного языка: элитарная (эталонная речевая культура), средне литературная речевая культура, литературно-разговорный и фамильярно-разговорный типы речевой культуры. Литературный язык как исторически сложившаяся высшая форма национального языка. Характеристики литературного языка: богатый лексический фонд, упорядоченная грамматическая структура, развитая система стилей. Литературный язык сферы человеческой деятельности: политика, культура, наука, делопроизводство, законодательство, официальное и неофициальное общение, словесное искусство.

Культура речи как часть культуры речевой деятельности, общения, входящей в общую гуманитарную культуру. Культура речи как наука, занимающаяся проблемами нормализации речи. Компоненты культуры речи: нормативный, коммуникативный, этический. Качественная оценка высказывания с точки зрения культуры речи. Выбор и организация

языковых средств, позволяющих обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач.

Речевые нарушения - отклонения в речи от языковой нормы (в звукопроизношении, голосе, темпе и ритме речи), принятой в данной языковой среде. Классификация речевых нарушений и виды нарушений от голосовых нагрузок, наиболее часто встречающихся у людей публичных профессий.

Общение с представителями прессы как часть «косвенной рекламы» (public relation) и создания позитивного имиджа учреждения культуры, фирмы, репутации. Пресс-конференция как вид взаимодействия делового человека с представителями прессы, аккредитованными своими редакторами с целью получения нужной информации. Поводы устройства пресс-конференции. Пресс-конференция как синтезированный жанр, в котором объединяются ораторский монолог (заявление) и публичный диалог (ответы на вопросы). Этапы интервью (докоммуникативный, коммуникативный, посткоммуникативный).

Тема 5. Речь как средство общения. Вербальный креатив:

копирайтинг и спичрайтинг

Классификация речи (внешняя, внутренняя; устная, письменная; активная, пассивная) и функции речи. Сущность монологической и диалогической речи. Бытовая речь. Виды устных диалогов: деловой, учебный, военный, дипломатический др.

Определение понятий «общение», «вербальное и невербальное общение». Функции и формы общения: непосредственное (прямое), опосредованное (косвенное). Структура общения (коммуникативная, интерактивная и перцептивная сторона). Средства общения (речь, знаки). Контексты деловой коммуникации: межперсональная, групповая, организационная, публичная, массовая и др. Многоаспектность проблем общения (этика общения и речевой этикет).

Виды и формы делового общения. Деловое совещание (собрание) - устное коммуникативное взаимодействие группы людей (коллектива) - включает различные жанры: ораторский монолог, беседа, дискуссия. Эффективность собрания (речевое мастерство и управленческие способности организатора).

Нормированность - главный признак литературного языка. Норма как отражение закономерных процессов и явлений, происходящих в языке и поддерживаемых речевой практикой. Основные источники нормы: произведения писателей, язык средств массовой информации, общепринятое современное употребление, научные исследования лингвистов. Проявление нормы на всех уровнях языковой системы (устная

речь, орфоэпическая, словообразовательная, лексическая, морфологическая, синтаксическая, письменная речь, орфографическая, пунктуационная). Правильность устной речи - соблюдение действующих норм русского и белорусского литературного языка.

Презентация и её эффективность: психологические аспекты.

Вербальный креатив (нейминг): креатив как деятельность, креатив как продукт, креатив как инструмент, креатив как средство, креатив как технология, креатив как процесс.

Копирайтинг и спичрайтинг как техники речевой деятельности: сравнительный анализ. Технологии спичрайтинга.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная

22. *Андреев, В.И.* Конфликтология. Искусство ведения спора, переговоров / В.И. Андреев. – Казань: Пресс, 2002. -178с.
23. *Бороздина, Г.В.* Психология делового общения: учеб. пособ. / Г.В. Бороздина.–М.: ИНФРА-М, 2000, -224с.
24. *Введенская, Л.А.* Культура и искусство речи. Современная риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 574с.
25. *Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне* / под ред. В.О. Пигулевского – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2011. – 404 с. С. 170-253.
26. *Гойхман, О.Я.* Основы речевой коммуникации / О.Я. Гойхман, Т.М. Найденина. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 118с.
27. *Жуков, Ю.М.* Эффективность делового общения / Ю.М. Жуков. – М.: Реф-бук, 2004.– 404 с.
28. *Каляда, А. А.* Слоўнік акцэра і рэжысэра / А.А. Каляда. – Минск: Асар, 1995.- 269с.
29. *Карнеги, Д.* Как выработать уверенность в себе и влиять на других людей, выступая публично. Пер. с англ. / Д. Карнеги. – Киев: Наукова думка, 1993. – 492с.
30. *Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы II Междунар. Науч. практ. конф., 13-14 нояб. 2008 г., Минск / ред. совет: А.В. Рубанов (пред.) [и др.]. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2008. –256 с.С.35-39; С.110-111; С.150-151; С.153-161; С.163-164; С.220-222.*
31. *Кудреватых, И.П.* Риторика: учеб.пособ. / И.П. Кудреватых. – Минск: ГЭНИ ЗАО «ВЕДЫ», 1997. –56с.
32. *Кузин, Ф.А.* Имидж бизнесмена: практ. пособ. / Ф.А. Кузин. – М.: ИНФРА-М, 1995. -267с.
33. *Кузин, Ф.А.* Культура делового общения / Ф.А. Кузин. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 345с.
34. *Кузнецов, И.Н.* Риторика / И.Н. Кузнецов. – Минск: Высш. шк., 2000. – 464с.
35. *Лебедева, М.М.* Уметь вести переговоры / М.М. Лебедева. – М.: ИНФРА-М, 1991. – 256с.
36. *Логика и риторика: Хрестоматия* / В.Ф. Берков [и др.]; под общ.ред. Я.С. Яскевич. – Минск: ТетраСистемс, 2007. – 624с.
37. *Львов, М.Р.* Риторика: учеб.пособ. / М.Р. Львов. – М.: Academia, 1996. - 256с.

38. *Михайличенко, Н.А.* Риторика / Н.А. Михайличенко. – М.: Academia, 2004. – 96с.
39. *Павлова, Л.Г.* Спор, дискуссия, полемика / Л.Г. Павлова. – М.: Academia, 1991.- 212с.
40. *Панасюк, А.Ю.* Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники/ А.Ю. Панасюк. – М.: Омега – Л, 2007. – 266с. С. 38-67.
- Плещенко, Т.П.* Стилистика и культура речи. Практические занятия: учеб. пособие для студентов вузов/ Т.П. Плещенко, Н.В. Федотова, Р.Г. Чечет; под общ.ред. П.П. Шубы. – Минск: ТетраСистемс, 1999. –304с.
41. *Рудь, Л.Г.* Культура речи: учеб.пособие / Л.Г. Рудь, И.П. Кудреватых, В.Д. Стариченок: под общ. ред. В.Д. Стариченка. – Минск: Высш. шк., 2005. – 271 с.
42. *Южин, В.И.* Энциклопедия этикета / В.И. Южин. – М.: РИПОЛ классик, 2008. - 640с. С.96-181.

Дополнительная

15. *Бондырева, С.К.* Толерантность (введение в проблему) / С.К. Бондырева, Д.А. Колесов. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. –240с. С. 3-28.
16. *Гестеланд, Р.* Кросс-культурное поведение в бизнесе. Маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах / Р. Гестеланд. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2004.– 276с.
17. *Козлова, В.Г.* Костюм как знаковая система / В.Г. Козлова. – М.: Academia, 1980. -435с.
18. *Котович, О.* Золотые правила народной культуры / О. Котович, Я. Крук. – Минск: Адукацыя і выхаванне, 2007. – 584с.
19. *Пиз, А.* Язык телодвижений: как читать мысли людей по их жестам. Пер. с англ./ А. Пиз. –Новгород:Браво, 1992. – 267с.
20. *Поль Л. Сопер.* Основы искусства речи. Пер. с англ. / Поль Л. Сопер. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 448с.
21. *Русская риторика: Хрестоматия/* сост. Л.К. Граудина. –М.:, Новое знание, 1996. –556с.
22. *Слемнев, М.* Диалектика спора/ М. Слемнев. –Минск:Юнипак, 2000. – 322с.
23. *Савостьянов, А.И.* Общая и театральная психология: учеб.пособие / А.И. Савостьянов. – СПб.: КАРО, 2007. - 256 с. С. 137-212.
24. *Федосеев, П.Н.* Об искусстве полемики / П.Н. Федосеев. –М.:Народное образование, 2004. – 236с.
25. *Хазачеров, Т.Г.* Общая риторика / Т.Г. Хазачеров Т.Г., Я.С. Ширина.– Ростовн/Д, Феникс,2005. –320с.
26. *Ханин, М.И.* Практикум по культуре речи / М.И. Ханин.– М.: Новое знание, 2009. – 167с.

27. *Шейнов, В.П.* Психология и этика делового контакта / В.П. Шейнов. – Минск: Асар, 1996. – 341с.
28. *Шостом, Э.* Анти-Карнеги или Человек-манипулятор/ Э. Шостом. – Минск: Асар, 1992. – 328с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Материалы дидактического характера

Анализ индивидуального выступления

Ваши данные (ФИО, должность): _____

Оратор (ФИО) _____

Дата: _____

Тема: озвученная (если есть) _____

фактическая: _____

Цель оратора: _____

Уровень достижения цели (1- 5 баллов): _____

(1 не достигнута, 5 полностью достигнута + комментарий)

Главная идея выступления: _____

Степень раскрытия темы (1- 5 баллов): _____

(1 не раскрыта, 5 полностью раскрыта + комментарий)

Культура речи (грамотность речи, богатство речи, 1-5 баллов)

(1 низкая, 5 очень высокая + комментарий)

Логика и последовательность изложения (1-5 баллов): _____

(1 низкий уровень, 5 очень высокий + комментарий)

Оригинальность подачи материала(1-5 баллов): _____

(1 низкий уровень, 5 очень высокий уровень + комментарий)

Контакт с аудиторией и работа с ней (1-5 баллов): _____

(1 отсутствует, 5 полный контакт с аудиторией + комментарий)

Общее впечатление от выступления и пожелания оратору:

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Информационно-аналитические материалы

Материал для знакомства студентов с таким явлением в речи как *омофония* и для обсуждения на занятиях темы «Психолингвистика как наука о языке и речи в межкультурной коммуникации».

Сделано в Китае: как неоднозначные слова приводят к культурным стереотипам

20 января 2017

Материал сайта: <http://theoryandpractice.ru/posts/15677-sdelano-v-kitae-kak-neodnoznachnye-slova-privodyat-k-kulturnym-stereotipam>



Мандарины с еще не оторванными листьями считаются в Китае новогодними фруктами счастья.

В русском языке вряд ли кто-то станет избегать слова «груздь» просто потому, что оно напоминает «грусть», или отказываться от слова «порог» из-за его созвучности с «пороком». Зеркально противоположная ситуация складывается в Китае, где игра слов завязана на традициях и сильно сказывается на повседневной речи. О том, каким образом язык способен влиять на культуру страны и поведение людей, рассуждает преподаватель Университета Калгари, автор книги «Язык в уме: Введение в психолингвистику» Джули Седиви. «Теории и практики» перевели ее колонку для Nautilus.

Ежегодно более миллиарда человек по всему миру отмечают китайский Новый год и выписывают изощренные лингвистические пируэты, чтобы привлечь удачу. Это можно считать набором праздничных обычаев, которые напоминают ухаживание. Чтобы приманить успех, люди украшают свои дома вырезками со счастливыми словами и фразами. Те, кому надо стричься, должны обязательно сходить к парикмахеру до Нового года, поскольку по-китайски слово «волосы» («фа») звучит так же, как слово «достаток», и кому же захочется от него избавиться, пусть и просто подравнивая концы? Праздничное меню часто включает рыбу, поскольку слово «рыба» («ю») звучит так же, как слово «избыток»; водоросли под названием «фат-чой», потому что на кантонском таким же образом звучит «процветай», и апельсины — в некоторых провинциях название этих фруктов совпадает со словом «удача».

Носители английского языка могут оценить изящный каламбур, а на использовании омофонов (слов, которые одинаково звучат, но имеют разные значения) строятся многие хитроумные рекламы. Но в китайском игра слов выходит на совершенно новый уровень: она погружается глубоко в культуру, где успех непременно приманивают добрыми словами и делами, а беду отгоняют запретом на произнесение слов с негативной коннотацией. Числа «четыре» стараются избегать,

поскольку это омофон слова «смерть», — многим китайцам и в голову не придет купить дом, если в адресе будет эта цифра. В визуальном оформлении постоянно встречаются изображения рыб и летучих мышей, потому что это близнецы слов «избыток» и «богатство». Выбор подарков ограничен омофоническими табу: например, можно дарить яблоки, потому что они созвучны слову «мир», но нельзя груши — они напоминают «развод». На вопросы о том, почему определенные предметы или числа считаются счастливыми или несчастными, часто можно получить сухое объяснение по поводу их «звуковых двойников».

Но почему омофония так тесно вплетена в китайские традиции и символы, а в западные — нет? Неоднозначность присутствует во всех языках на уровне, который редко беспокоит носителей. В 1978 году психолингвист Брюс Бриттон рассмотрел английский текст в миллион слов и весьма консервативно оценил, что по крайней мере 32% из них имеют более одного значения. Он обнаружил, что среди сотни самых употребляемых 93% имеют по крайней мере два значения, а у некоторых их сразу 30. Лингвист Джефф Пуллум иллюстрирует эту неоднозначность вопросом «Что общего штанга для крепления, должность персонала, клеммы аккумулятора, армейские лагеря, публикации в блогах, серьги-гвоздики, торговые платформы и почта имеют с рекламой на стендах, бухгалтером, выдачей поручительства и назначением дипломатов?». Возможно, потребуется пара мгновений на размышления, чтобы понять, что все эти вещи странным образом объединяет слово «post».

Носители английского настроены оптимистично по отношению к омофонии, а подчас они даже беспечны и не пытаются уточнить значение слова, если в контексте оно неочевидно. В исследовании Виктора Феррейры людей просили описать картинки, на которых были изображены и бейсбольная бита («a baseball bat»), и летучая мышь («a flying bat»), но они говорили о любом из этих изображений, употребляя неоднозначное «the bat»; при определенных условиях участники эксперимента прибегали к этой формулировке до 63% времени.

Но носители китайского гораздо более чувствительны к многозначности. Психолингвисты Майкл Йип и Иилинг Йи поделились со мной своими выводами о том, что носители китайского, скорее всего, постараются прояснить, какое значение вкладывалось в слово, даже если это очевидно из контекста. Например, Йи говорит, что в Китае можно услышать аналог фразы «Мне нужно обновить ипотечный договор, поэтому у меня назначена встреча в банке (a bank) — в финансовой организации, а не на берегу реки (a river bank)». Такая настроенность на многозначность, раз она оказывается общей характеристикой носителей китайского, конечно, сочетается с важной ролью омофонии в китайской культуре.

Отношения между языком, сознанием и культурой — это новые горизонты, новые территории, которые ученым по большей части еще только предстоит изучить. Но даже сегодня связь между многозначностью и удачей в китайской культуре рождает мучительные вопросы: разные языки заставляют своих носителей по-разному оценивать личные впечатления? Важность некоторых идей — например, удачи или несчастья — для культуры народа отражается в языке?

Пуллум утверждает, что языки не противодействуют многозначности — напротив, пишет он: «Языки любят, когда значений много. Они их страстно желают. Они в них валяются, как собака в свежей травке». Стив Пиантадоси, психолингвист из Рочестерского университета, согласен с таким описанием. Он и его коллеги приводят аргументы в пользу того, что неоднозначность — это не дефект, а полезное свойство языка. Оно позволяет сформировать обширный словарь, повторно используя некоторые из наиболее распространенных и простых звукосочетаний.

Без неоднозначности нам пришлось бы создавать более длинные слова для разных значений или становиться изобретательнее, чтобы выдумывать новые звуки для речи, и искуснее, чтобы их произносить и различать на слух. Если все языки любят многозначность, то китайский просто сгорает от страсти к ней. Сравнить уровень многозначности в языках довольно сложно, потому что даже в рамках одного языка разные словари по-разному оценивают количество значений одного и того же слова. Но китайская омофония чрезвычайно плодотворна по любым меркам.

В английском, как и во многих других языках, наименьшие единицы, которые несут какой-либо смысл (их называют морфемами), часто состоят из нескольких слогов — «hippopotamus» («бегемот»), «president» («президент»), «fastidious» («привередливый»). Но в кантонском или мандаринском морфемы почти всегда односложные. Эти слоги не обязательно являются самостоятельными словами, поскольку большинство слов в китайском — это соединение двух и более морфем, каждая из которых представляется отдельным иероглифом. Тем не менее у каждого слога есть значение, которое слушатель должен понять, чтобы воспринять смысл слова в целом. Прибавьте к этому тот факт, что в китайском используется гораздо более скромный набор гласных и согласных звуков, чем в английском, и вы получите впечатляющее количество значений на очень небольшой площади фонетической не подвижности.

Поскольку разные значения в кантонском и мандаринском обычно выражаются отдельными иероглифами, благодаря орфографии (способу, с помощью которого язык переносит устные слова в письменную форму) можно отследить количество различных значений, которые одинаково звучат. Исследователи Ли Хай Тан и Чарльз Перфетти выяснили, что если взять китайский текст из 1,8 миллиона иероглифов, то на 4,5 тысячи из них приходится всего 420 разных слогов, то есть каждый иероглиф делит произношение в среднем с 11 другими. Руководствуясь данными Пиантадоси, даже если мы посмотрим только на односложные английские слова (они чаще бывают многозначными, чем те, в которых несколько слогов), среднее число омофонов на каждое из них будет чуть меньше единицы.

Удивительно, но нет никаких причин думать, что китайская многозначность создает проблемы в общении: эксперименты показывают, что носители китайского, как и носители английского, могут отбрасывать нерелевантные значения в зависимости от контекста. Также разобраться со значением слова помогает интонация. Но из-за системы китайского письма, в которой различные значения одного и того же слога выражаются разными иероглифами, носителям китайского сложно игнорировать тот факт, что их окружает океан многозначности.

Многозначность выходит на первый план, когда становится орфографической головной болью. В то время как многочисленные значения слова «post» никогда вас не волновали, вы, скорее всего, прилагали определенные усилия для различий между «their» (их), «they're» (они есть) и «there» (там), когда пытались убедиться, что ваше правописание соответствует вашим намерениям. Представьте, что то же самое нужно делать для любого набора омофонов, который вам встречается, и вы поймете, как сложно стать грамотным на китайском. Неудивительно, что среди китайских детей, которые учатся читать, плохое понимание омофонов чревато проблемами — вплоть до дислексии.

Вся эта многозначность напрямую влияет на восприятие носителями своего языка, потому что при столкновении с многозначным словом человек может подсознательно считывать сразу несколько смыслов. Мы знаем об этом благодаря экспериментам, которые используют технику под названием «семантическая подготовка»: участников просят определить, является ли предложенное им

звукосочетание реальным словом в контексте других слов. Как правило, люди быстрее узнают слово, если ему предшествует связанное с ним по значению понятие: например, слово «медсестра» узнают быстрее, если оно идет после «доктора», чем после «стола». Когда люди слышат многозначное слово, например «bug» («жук», «ошибка», «прослушка»), даже в предложении, в котором отдается явное предпочтение одному из его значений, они обычно быстрее реагируют и на слова, которые связаны с другими его значениями. Например, после слова «bug» люди быстрее опознают слово «ant» («муравей») или слово «spy» («шпион»), чем совершенно не связанное по смыслу понятие, например «sew» («шить»).

Множественные значения задерживаются в сознании ненадолго — очень быстро нерелевантные в данном контексте смыслы подавляются, почти всегда до того, как мы успеваем их осознать. Это позволяет общению протекать гладко даже на таких одержимых многозначностью языках, как китайский. Но исследователи выяснили, что одни слова привлекают больше внимания, чем другие. Среди них — слова, которые вызывают сильный эмоциональный отклик, особенно если они негативные или запретные.

Эти привлекающие внимание слова особенно тяжело подавить, если по звучанию они пересекаются с другими. Я помню, как во времена моего детства в двуязычном франко-английском регионе на меня накатывала застенчивость и я старалась отвернуться от некоторых своих одноклассников, когда читала по-французски доклад о тюленях — морских млекопитающих, которые на французском зовутся «le phoque», что созвучно английскому слову («fuck»), которое точно не стоило произносить в классе. Для меня «phoque» было невероятно неудобным в использовании словом, несмотря на ясность контекста. И отвращение по отношению к некоторым омофонам может быть универсальным; я заметила, что, хотя несколько не связанных друг с другом значений можно найти у таких слов, как bit («кусочек», «часть», «сверло», «укусил») или fit («сильный, здоровый», «подходить, годиться», «судороги»), нет никаких значений слова «shit» («дерьмо», «дурь», «срать»), которые не были бы ругательством. Даже если существуют слова, которые звучат совсем как эмоционально окрашенные единицы, они чаще всего заменяются на синонимы: «rooster» («петух») или «donkey» («осел») используют чаще, чем «cock» («петух», «пенис») или ass («осел», «задница»), когда говорят о животных на ферме.

Благодаря активной многозначности в китайском возможно множество подобных случаев: фонетическое пространство языка переполнено, и вероятность того, что самое обычное слово будет делить звучание с более эмоционально окрашенным, намного выше, чем в английском. Культурное помешательство на омофонии подогревается компактностью китайского фонетического пространства.

В свою очередь, культура влияет на то, какое именно значение даст дополнительный оттенок слову в целом. Согласно китайским традициям, слова, которые вы произносите, могут привлекать удачу или неудачу — это особенно ярко проявляется во время празднования Нового года, когда все разговоры о смерти, болезнях и разводе под запретом, а люди осыпают друг друга пожеланиями крепкого здоровья, успеха и достатка. Неудивительно, что слова, которые имеют отношение к удаче или (тем более) к неудаче, приковывают к себе внимание, и носителям китайского сложно их не замечать. Хотя пока данная теория не доказана, она бы четко объяснила, почему носители китайского избегают некоторых совершенно обычных слов, в то время как чаще употребляют другие, основываясь при этом исключительно на их фонетическом сходстве с эмоционально окрашенными словами. Возможно, как предположил мой китайский коллега Вей Цай, людям особенно сложно выбросить

из головы смыслы, связанные со смертью или несчастьем, во время новогодних праздников, когда у всех на уме — привлечение удачи.

Карп — символ удачи

Многозначность создает уникальную связь между значением слова и его использованием. Когда у одного слова несколько значений, выше вероятность, что все они «пробудятся», изменяя наш взгляд и на слово, и на его смысл. Если благодаря неоднозначности культурные ассоциации заставляют человека избегать определенных слов просто потому, что они звучат как «плохие» слова — как делают носители английского, когда используют «gooster» вместо «sock», — возможно, они могут оставить и более значительный след в лексиконе. Может ли быть так, что культурные ассоциации, которые формируют лингвистическое поведение человека, в итоге вплетутся в целый язык?

Я спросила исследователей Теда Гибсона и Стива Пиантадоси, которые предполагают, что языки используют многозначность для извлечения пользы, есть ли какая-то статистика, которая доказывала бы, что языки отторгают многозначность в случае слов с негативной эмоциональной окраской (или привлекают многозначность к позитивно окрашенным словам). Но таких доказательств нет — по крайней мере, на данный момент. Однако оба ученых согласны с тем, что эта версия правдоподобна и ее стоит изучить. Чтобы ее протестировать, психолингвистам нужно будет установить, что эмоционально тревожащие слова — например, «shit» («дерьмо») или «gare» («изнасилование») — имеют меньше омофонов, чем можно было бы ожидать, учитывая такие факторы, как количество слогов и то, как часто используются составляющие их звуки. И возможно, слова, которые вызывают сильные положительные эмоции — такие как «rich» («богатый», «яркий», «насыщенный») или «free» («свободный», «бесплатный», «добровольный») — имеют больше значений, чем должны бы.

Если доказательства в конце концов будут найдены, то появится новый взгляд на то, как языки могут формироваться под влиянием культурных ценностей. В таком случае мы сможем воспринимать китайский язык как отражение традиций по привлечению удачи, где одних омофонов избегают из-за случайно возникших ассоциаций с несчастьем, в то время как другие используют чаще из-за их необоснованных связей с удачей и процветанием. Китайский язык с его избыточной многозначностью мог бы стать плодородной почвой для проверки этой гипотезы.

Нас бесконечно увлекает взаимодействие между языком и культурой: как культура может нести свои ценности и взгляд на мир через язык и как язык может, в свою очередь, формировать точку зрения носителей. Но значительное число разговоров о связи между языком и культурой крутится вокруг очень ограниченного количества вопросов. Например: что говорит нам о японцах тот факт, что у них есть отдельное слово («jirashii»), чтобы описать отношение к человеку, который с честью преодолевает трудности? У носителей языков, в которых синий и зеленый цвет обозначается одним словом, проблемы в различении этих цветов? Эти вопросы фокусируются на том, как языки используют слова для фиксации реальности и как слова, которые мы наследуем как носители, могут, в свою очередь, формировать наш взгляд на реальность.

Но китайский намекает на более сложные связи между языком и культурой. Возможно, языки, которые втискивают множество значений в маленькое фонетическое пространство, обогащают опыт своих носителей в области многозначности, повышая культурную важность языковой игры и каламбуров; возможно, культурные ассоциации

придают эмоциональный оттенок отдельным случаям многозначности, меняя принципы использования языка его носителями — и, может быть, в конце концов лексический пейзаж языков в целом.

Могут ли удача и омофоны открыть маленькую дверь в эти неизведанные земли? Если да, то для меня как психолингвиста это будет невероятным везением.

Ksenia Donskaya

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ