

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Образ ратора: коммуникационный аспект

Шерстнева Елена Игоревна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: sherstalena@ya.ru*

О важности риторики, как науки об ораторском искусстве и красноречии, рассуждали еще Цицерон и Аристотель. Цицерон утверждал, что ораторское искусство нуждается в разнообразных познаниях, иначе речь будет бессмысленной и смешной. Трудность красноречия состоит в том, что необходимо совместить в речи и знания, и остроумие, и расположение слов, и «все движения души» [3].

Образ ратора является важной компонентой коммуникации. По созданному образу можно определить, будет ли коммуникация успешной в данной аудитории и какие ошибки не стоит допускать. Это особенно важно при ретельной коммуникации, где аудитория не определена (например, публичное выступление политического деятеля), и необходимо привлечь слушателей из разных категорий населения. «Чувства» в слушателях появляются по-разному: у кого-то раньше, у кого-то позже. Поэтому одну часть аудитории нужно успеть захватить, а другую – суметь удержать [2]. Можно сказать, происходит деление аудитории на воспринимающую невербальные послы ратора и на воспринимающую вербальные послы. В связи с тем, что XXI век – век информационных технологий, данное деление выполняется более строго: радиослушатели не смогут уловить сигналы невербальной коммуникации, а теле-трансляции производятся так, что на зрителей, в большей степени, влияют невербальные сигналы. Поэтому коммуникатору (ритору) необходимо учитывать не только особенности реципиента (аудитории), но и особенности канала коммуникации.

Чаще всего на публике выступают политические деятели, которые создают свой образ, или имидж. «Имидж транслируется в процессе многочисленных политических коммуникаций. Это публичные выступления политика, его дебаты, интервью, встречи с избирателями, освещение его деятельности в СМИ, политическая реклама и т. п. Отсюда - особая роль принадлежит коммуникативным умениям политика» (Богданов) [1]. Сказанное позволяет сделать вывод, что для эффективной коммуникации важно создать успешный образ ратора, а также использовать риторические приемы.

Цель данной работы представляет собой попытку выявить специфику образа ратора в коммуникационном аспекте.

Для этого ставятся следующие задачи:

1. Рассмотреть влияние на аудиторию риторических приемов
2. Рассмотреть влияние на аудиторию невербальных сигналов коммуникации

Литература

1. Богданов Е.Н. и др. Психологические основы Паблик рилейшнз. Санкт-Петербург, 2003. 208 с

2. Панов М. И., Тумина Л.Е. Эффективная коммуникация: история, теория, практика Слов.-справ М. Агентство "КРПА Олимп" 2005, 958 с.
3. Цицерон, Марк Туллий Три трактата об ораторском искусстве, М.: Ладомир 1994, 470 с.
4. Сперанский М.М. Правила высшего красноречия[электронный ресурс] – режим доступа:<http://imwerden.de/cat/modules.php?name=books&pa=showbook&pid=953> свободный – Загл. с экрана