
***РИТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
КУЛЬТУРЫ РЕЧИ***



План лекции



1. Устная публичная речь как вид речевого общения в массовой коммуникации.
2. Классификация ораторских речей. Виды речи по общей целевой установке.
3. Этапы подготовки публичного выступления.
4. Доказательность речи. Основные виды аргументов.
5. Словесное оформление устного выступления. Выразительность публичной речи.
6. Типы ораторов.
7. Особенности коммуникативной фазы публичного выступления.

Вопрос 1. Устная публичная речь как вид речевого общения в массовой коммуникации



*Поэтами рождаются,
ораторами становятся*
(Цицерон)

Предмет риторики – искусство выступать публично (перед слушателями)

- Риторика – искусство речи как инструмента управления обществом и людьми. (В. И. Аннушкин)
- Риторика – наука о речевой целесообразности, или об осознанном и корректном речепроизводстве. (Е. В. Клюев)

Ораторское искусство – искусство и живая практика убедительной и эффективной речевой коммуникации .

Эффективной считается речь целесообразная, воздействующая, гармонизирующая.



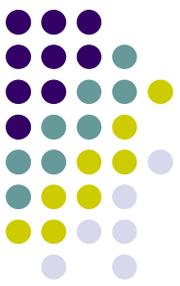
Риторика

**– благим словом объединяет,
эффективной речью организует,
хорошим языком радуется,
уместным действиям обучает,
умными и вдохновенными текстами
убеждает,**

**и во всем со всеми – умная сила и
добрая слава!**

В.И. Аннушкин

Вопрос 2. Классификация ораторских речей. Виды речи по общей целевой установке



Виды красноречия по сфере применения:

1. Социально-политическое.
2. Академическое.
3. Судебное.
4. Социально-бытовое.
5. Духовное (церковно-богословское).

Социально-политическое красноречие

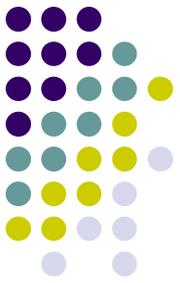


применяется в выступлениях на международные, политико-экономические, социально-культурные, этико-нравственные темы. Это речи государственных деятелей, крупных руководителей в экономике, образовании и культуре, в так называемых «силовых структурах», передаваемых через СМИ, в которых содержится жизненно важная информация.

Как невозможно возродить берлинскую стену, так невозможно вернуться к «холодной войне» – мир движется дальше и мы должны адаптироваться, а не цепляться за прошлое – сейчас более продуктивно извлекать из него уроки.

Д. Медведев.

РАЗНОВИДНОСТИ РЕЧИ:



административная военно-патриотическая
парламентская дипломатическая
митинговая агитаторская
коммерческая

Политическая коммуникация – это речевая деятельность, целью которой является не столько передача информации, сколько пропаганда тех или иных идей и побуждение адресатов коммуникации к определенным политическим действиям.



Академическое красноречие

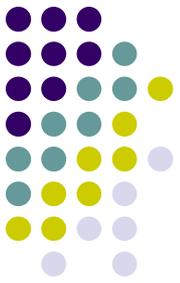
- род красноречия, помогающий формированию научного мировоззрения, отличающийся научным изложением, глубокой аргументированностью и научной культурой.

Он близок научному стилю, но в то же время в нем часто используются выразительные и изобразительные средства, реализуются различного рода оценки, в том числе и эмоциональные.

**Т.Н. Грановский, И.М. Сеченов, Д.И. Менделеев,
К.А. Тимирязев, В.И. Вернадский, Н.И. Вавилов**

ЖАНРЫ:

- лекция вузовская, школьная;
- научный доклад;
- научный обзор;
- научное сообщение;
- научно-популярная лекция.



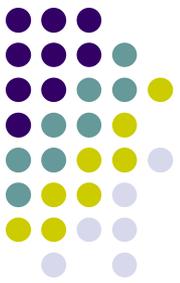
Судебное красноречие

– это вид речи, призванный оказывать целенаправленное и эффективное воздействие на суд, способствовать формированию убеждений судей и присутствующих в зале суда граждан.

С.А. Андреевский, А.Ф. Кони, В.Д. Спасович,
К.К. Арсеньев, Н.П. Карабчевский,
Ф.Н. Плевако

«В основании судебного красноречия лежит необходимость доказывать и убеждать, т. е., иными словами, необходимость склонять слушателей присоединиться к своему мнению»

А.Ф. Кони



Жанры судебного красноречия

- Речи обвиняющей стороны.
- Речи защищающей стороны.
- Судебный процесс – дискуссия (д. сторон, показания свидетелей, изучение документов следствия и пр.).
- Протоколы и стенограммы, звукозаписи суда.
- Процедуры следствия: допрос как специфическая форма диалога; переписка; изучение документов и пр.
- Слово подсудимого.
- Процедура принятия решения суда, суда присяжных. Текст приговора. Частные определения суда.

Социально-бытовое красноречие

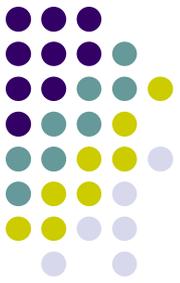
- речь торжественного характера



- протокольная (речь на официальных приемах; выражение благодарности)
- застольная (поздравление, например, юбилейная речь)
- ритуальная (речь при бракосочетании, надгробная)

В Сибири говорят: 1000 км – не расстояние, 100 оленей – не стадо, 60 градусов – не мороз, 50 лет – не возраст! А это значит, что наш дорогой именинник еще младенец и все у него впереди. Желаем Вам, дорогой NN, лет так через 50 выйти из младенческих пеленок и повзрослеть, чтоб мы могли сказать: вот это – возраст! За грядущий 100-летний юбилей NN!

Духовное (церковно-богословское) красноречие



- древний вид красноречия, направленный на обсуждение общепринятых / библейских истин

Виды речей:

- красноречие дидактическое (учительное)- преследовало цели морального наставления и воспитания (проповедь);
- панегирическое, или торжественное, которое посвящено знаменательным церковным датам или государственным событиям

Виды речи по общей целевой установке



1. Информационная речь – это речь, формирующая в слушателях новое знание о предмете или явлении объективного мира, а также речь, передающая точку зрения автора.

Жанры:

лекция	рассказ-воспоминание
доклад	инструктаж, консультация
сообщение	программная речь
информация	рекомендация
отчет	отклик
самопредставление (монолог о себе)	



Основные требования к информационной речи:

- тема должна быть актуальной,
- речь должна вызывать желание поглубже узнать сущность предмета,
- речь должна удовлетворять познавательные запросы слушателя,
- в ней не должно быть ничего спорного.



2. Эпидейктическая (воодушевляющая) речь - торжественная речь по случаю, имеющая своей целью создание у адресата определенного эмоционального состояния (удовлетворения, наслаждения, радости; гнева, скорби, презрения)

Выступления на политических или спортивных собраниях с приветствиями, с оценкой заслуг и в ознаменовании событий и явлений.

Жанры торжественной речи:



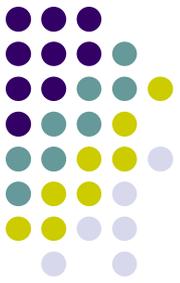
- приветствие
- поздравление
- благодарственное (ответное) слово
- похвальное слово
- представление гостя
- вступительное слово
- заключительное слово
- напутственное слово
- надгробное слово
- слово о ...
- ТОСТ



3. Убеждающая речь – речь, цель которой – изменить поведение аудитории, ее взгляды, убеждения, настроения и т.п.

Жанры:

- совещательная речь
- обвинительная речь
- оправдательная речь
- размышление (речь в прениях, в дебатах)
- заявление
- опровержение



Задача выступающего

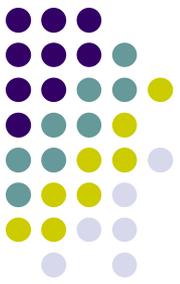
- изложить некоторый объем информации, отстаивая свою точку зрения, склоняя других к ее принятию, убеждая в своей правоте и т.п.

Особенности убеждающей речи:



- Оратор убеждает слушателя согласиться с ним в спорном вопросе.
- Такая речь стремится определить способ мышления и поведения.
- Нет призыва к непосредственному действию.

Из публичной лекции «Язык и сознание: что делает нас людьми?» проф. Т.В. Черниговской (СПбГУ)



Бродский написал следующие слова: «Поэзия – это не развлечение и даже не форма искусства, но, скорее, наша видовая цель». Если то, что отделяет нас от остального животного царства, – это речь, то поэзия – это высшая форма речи. Отказываясь от нее, мы обрекаем себя на низшие формы общения. Это колоссальный ускоритель сознания и для пишущего и для читающего. Вы обнаруживаете связи и зависимости, о существовании которых и не подозревали. Это уникальный инструмент познания.

4. Призывающая к действию речь – речь, ставящая своей целью воздействие на поступки слушателей

Жанры:

- воззвание
- предложение
- обращение
- рекламная речь

Речь должна заставить слушателей почувствовать потребность сделать то, о чем ее просит оратор.





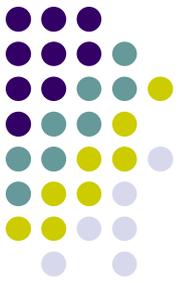
Пример призывной речи

Давайте бороться вместе! Нас много – честных россиян; цели наши ясны, и борьба справедлива: Россия должна вновь стать сверхдержавой!

Молодые русские, судьба России в ваших руках!

В. Жириновский. Я обращаюсь к молодёжи

Вопрос 3. Этапы подготовки публичного выступления

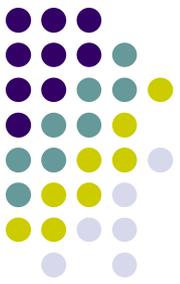


1-й этап: докоммуникативная фаза
позволяет оратору настроить себя на
эффективную результативную деятельность

2-й этап: коммуникативная фаза
Высшее проявление мастерства публичного
выступления – контакт с аудиторией

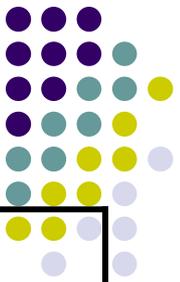
3-й этап: посткоммуникативная фаза
(анализ выступления, совершенствование
материалов, прогнозирование вопросов)

1-й этап - докоммуникативная фаза



- **ИНВЕНЦИЯ** – изобретение мысли, сбор материала
- **ДИСПОЗИЦИЯ** – написание содержания логических компонентов выступления
- **СТРОГАЯ ХРИЯ** – продумывание системы доказательств
- **ЭЛОКУЦИЯ** – продумывание деталей речи, ее словесное и стилистическое оформление.

ИНВЕНЦИЯ



<i>Психологическая подготовка к выступлению</i>	<i>Разработка ораторской речи</i>
• настроить себя перед выступлением	• выбор темы
	• определение микротем в рамках общей темы
• научиться управлять своими чувствами и переживаниями , чтобы избежать «ораторской лихорадки»	• определение цели выступления
	• определение риторической задачи
	• поиск материала
	• определение авторской позиции

Источники:



- официальные документы;
- научная и научно-популярная литература;
- справочная литература;
- художественная литература;
- статьи из газет и журналов (периодические издания);
- передачи радио и телевидения;
- ресурсы Рунета;
- результаты социологических опросов;
- собственные знания и опыт;
- личные контакты, беседы, интервью;
- размышления и наблюдения.

Оратор должен накапливать интересный и полезный материал, всегда иметь избыток материала, выбирать актуальную информацию.

ДИСПОЗИЦИЯ



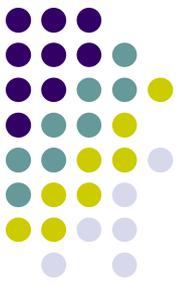
- продумать три элемента речевого произведения:
начало, развертывание и завершение речи.

ОСНОВНЫЕ ЧАСТИ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

ЦЕЛЕВЫЕ УСТАНОВКИ:



I. Вступление и его виды



По содержанию выделяют:

- 1. Позитивное** (сразу – взгляд оратора на проблему).
- 2. Негативное** (проверяет какую-либо мысль, идею или концепцию без предоставления альтернативы).
- 3. Аналитическое** (предлагает вместе с оратором исследовать факты или обдумать суть происходящих событий).
- 4. Парадоксальное** (озадачивает, готовит к восприятию чего-то необычного).
- 5. Эмоциональное** (приглашает к сопереживанию).

Риторические приемы начала речи



- **Прямое начало** (оратор прямо, непосредственно готовит слушателей к дальнейшей речи, добиваясь их внимания и расположения).
- **Тонкий подход** (расположение аудитории шутками, стихами, рассказом об интересном случае).
- **Обычное вступление** (в условиях бесконфликтности).
- **Полемическое вступление** (с опровержением).
- **Вступление с ораторской предосторожностью** (инсинуация, попытка разделения аудитории во мнении, приведение аргумента к авторитету).
- **Внезапное вступление** (сильная фигура речи – для слушателей, готовых к восприятию темы).

II. Изложение и его способы

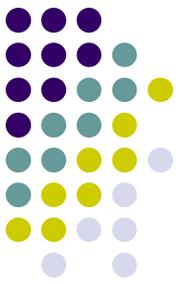


- *дедукция*
- *индукция*
- *концентрический метод*
- *исторический метод*
- *ступенчатый метод*
- *метод аналогии*

Дедукция – подведение единичного факта под общее правило



Гипотеза (тезис)	Ее обсуждение	Вывод
То, что нужно подтвердить или опровергнуть	Факты или контрфакты	Утверждение или опровержение
Ценности, которые задействуются в рекламной коммуникации, весьма сомнительны.	Например, в автобусной рекламе «Уступи дорогу помощи» предлагается учесть: «Она может спешить к твоим близким».	Использование не совсем достойных и благородных мотивов говорит о снижении планки нравственных норм в общественном сознании.



Индукция –

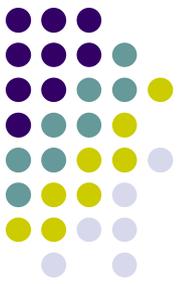
***изложение материала от частного к общему
(при обосновании законов, выдвижении гипотез).***

Общий вывод делается из сопоставления частных мыслей, на основе накопленных в процессе наблюдений или экспериментов фактов.

Концентрический метод изложения –



***расположение материала вокруг главной
проблемы;
переход от общего рассмотрения
центрального вопроса к более конкретному
его рассмотрению.***



Ступенчатый метод –

последовательное изложение одной темы за другой без возврата к предыдущей

Исторический метод –

показ процесса развития событий или явлений в их строгой (хронологической) последовательности.



Метод аналогии –

вывод делается из сопоставления двух случаев.

- Статья «Мелкое хулиганство» предусматривает административное наказание, в том числе и за *нецензурную брань в общественных местах*. Существует еще со времен Советского Союза, и ее эффективность ничтожна. Может быть, есть смысл повысить размер штрафа. ***Это как непристегнутый ремень безопасности в автомобиле. Когда штраф стал 500 рублей, а не 50, люди стали чаще пристегиваться.***

III. Доказательство



Виды аргументов:

1) Доказательства

- А) логические (дедукция, индукция, дефиниция – логическое определение)
- Б) естественные (цифры, цитаты, фото)

2) Доводы (к чувству / пафосу; к морали / этосу)

IV. Опровержение

– демонстрация ошибок в рассуждениях и доказательствах противника



- - - - -

- *Не ошибается тот, кто ничего не делает!*
- *Нет истины, которую невозможно опровергнуть!*

НО:

УЛОВКИ В ПУБЛИЧНОМ СПОРЕ

ВАЖНО РАСПОЗНАВАТЬ

(иначе можно стать объектом манипуляции)



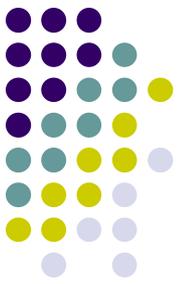
Типичные ошибки в доказательствах:

- **чрезмерные доказательства** общеизвестных истин
- ложная новизна – об известном как о новом; отсутствие новизны – тривиальность речи для слушающего (о таком ораторе говорят: «учит рыбу плавать»)
- **назойливое повторение** какого-либо утверждения
избыточность, или многословие (есть поговорка: «веревка хороша, когда длинна, а речь – когда коротка»)
- **неоправданный**, в том числе умышленный **пропуск** чего-то существенного
- **неправильное указание причины** какого-либо явления
- соотнесение понятий или суждений разных уровней,
логический парадокс
- ложная аналогия
- ложное противопоставление

Некорректные приемы спора



<p>1. Подмена тезиса</p>	<p>Доказывается или оправдывается не тот тезис, который был выдвинут первоначально</p>	<p><i>Супруги должны разумно делить домашние обязанности? Э нет. У нас феминизм не пройдет! Здесь вам не Америка какая-нибудь.</i></p>
---------------------------------	--	--



**2.
Предвосхищение
основания
(вывода)**

В качестве аргумента берется недоказанное положение, которое само нуждается в доказательстве.

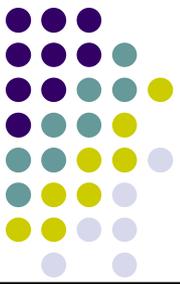
Страховая компания сообщает, что отказывает в компенсации потерпевшему в аварии на том основании, что причинивший вред водитель был пьян.



3. Ложное основание

Ссылка на несуществующие источники, подтасовка (или самообман), недобросовестная аргументация.

Наша экономика растет, мы стали жить лучше! Россия вышла на первое место среди развитых стран по темпам экономического роста (так, мобильники есть в столице у каждого третьего, а по России – у 20% населения).



4. Порочный круг

Тезис обеспечивается аргументами, а аргументы выводятся из ЭТОГО же тезиса.

Наш банк исключительно надежен. Поэтому нам сопутствует успех. Значит, вкладывая деньги в наш банк, вы делаете исключительно надежное вложение.



V. Заключение и его виды

- **Пolemическое заключение** (выражается расхождением во мнении с оппонентом или аудиторией).
- **Обобщение** (синтез изложения и рассуждения):
 - 1) рекапитуляция (сжатое повторение содержания предыдущей речи);
 - 2) вывод (мысль-следствие, вытекающая из аргументации в основной части речи).
- **Побуждение** (призыв принять решение или совершить действия).
- **Клаузула** (эффективная концовка речи).

Вопрос 5. Словесное оформление устного выступления. Выразительность публичной речи

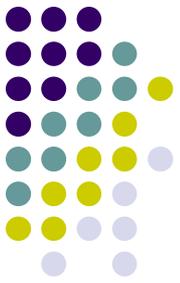


Элокуция (собственно красноречие) –
оснащение, украшение речи

изобразительно-выразительными средствами:

- 1) **тропами (слова и выражения со смещенными значениями – имеющими за буквальным второй, образный план);**
- 2) **риторическими фигурами (особые синтаксические конструкции, увеличивающие силу воздействия на адресата).**

Языковые средства в этом случае



- *меняют видение ситуации,*
- *подсказывают принятие решения,*
- *вливают на поведение.*

**Риторика как искусство убеждения
посредством речи.**

Тропы



- Э П И Т Е Т – художественное определение, позволяющее более ярко характеризовать свойства, качества предмета или явления.

1) общеязыковые - постоянно употребляются в литературном языке, имеют устойчивые связи с определяемым словом:

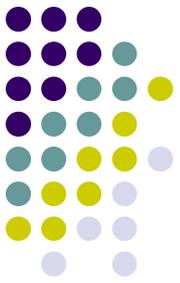
трескучий мороз, тихий вечер;

2) народно-поэтические - употребляются в устном народном творчестве: *добрый молодец, чисто поле;*

3) индивидуально-авторские - созданы авторами:

мармеладное настроение (А. Чехов), *чурбанное равнодушие* (Д. Писарев) // Возможно появление очень *сладких цен* на бизнес и недвижимость. // *Нулевая* репутация

Тропы



- М Е Т А Ф О Р А – называние предмета, явления словом, обычно обозначающим другой предмет, на основе сближения по сходству.

ГОЛОД книжный, кредитный, кадровый..

КАЛЕЙДОСКОП лиц, пейзажей, событий.

МОЗАИКА ...

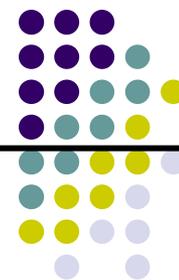
ХРАМ ...

ПАЛИТРА ...

ДОМ ...

ВОЛНА... МАЯК... ГАВАНЬ...

Метафорические модели:



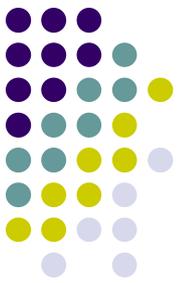
Пространственная	Логотип – это вершина айсберга , это только внешние атрибуты.
Военная	Одно случайное событие способно стать детонатором больших последствий.
Медицинская	<i>Наша экономика оказалась в позе человека, больного сахарным диабетом. Инсулин (нефть) есть – живем, нет – трясучка начинается.</i>
Транспортная	Локомотив... мировой экономики (Китай)
Морская	Ледокол кризиса вскрывает всё новые проблемы.
Кулинарная	Рынок сегодня кипящий бульон с такими «ингредиентами» , как ВВП, цены на энергоносители, уровень промпроизводства и занятости.
Психологическая	Наметившиеся признаки кризиса в мировой финансовой системе породили панические настроения на финансовых рынках.
Зооморфная	Тюлень, заяц, медведь, свинья, собака и т.д.
Спортивная	Проект уже на старте показал хорошие результаты.

Развернутая метафора



Дав банкам вкусить легкой крови спекуляций в отсутствие каких-либо стабилизаторов, наш министр вырастил вампиров, которые уже не захотят перейти на черствый хлеб нормальной банковской работы, включающей в себя кредитование.

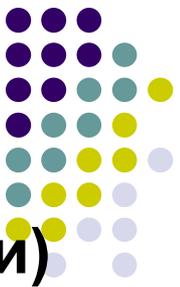
Тропы



- С Р А В Н Е Н И Е - троп, основанный на уподоблении двух предметов или явлений по одному признаку.

Деньги (штрафы за сквернословие в общественных местах) текут в городскую казну полноводной рекой.

Модели смысловой аналогии:



1) **X (объект сравнения) как Y (предмет аналогии)**

И работодатель, и работник относятся друг к другу как к пассажирам в метро, проезжающим мимо на противоположном эскалаторе.

2) **X сравним, можно сравнить с Y**

Бренд можно сравнить с ДНК – это то, что делает компанию уникальной.

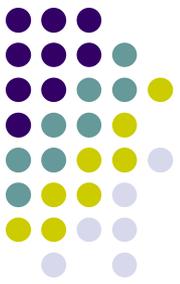
3) **X все равно что Y**

Бороться с кризисом, растрачивая резервы и создавая дефицит бюджета, – все равно что тушить пожар керосином.

4) **X подобен, уподобляется Y**

Это приводило к... дальнейшим продажам, которые были подобны эффекту снежной лавины.

Модели смысловой аналогии



5) *X напоминает, напоминающий Y*

Структура развитого кадрового агентства напоминает пирамиду.

6) *X вроде Y*

Очень часто «флешки» требуются по производственной необходимости. *Что-то вроде кухонного ножа*: с одной стороны – самое распространенное орудие бытовых убийств, а с другой – незаменимый помощник в хозяйстве.

7) *X сродни Y*

Теперь почти все бумаги «третьего эшелона» сродни фишкам в казино.

Тропы



- **М Е Т О Н И М И Я** (переименование) – обозначение явления названием другого явления, по ассоциации, основанной на смежности.

Рынок обманывает больше, чем магазин.

Оранжевые цены. Спешите в «Технопарк»!
(цены с оранжевыми этикетками – сниженные).

Тропы



- С И Н Е К Д О Х А – вид метонимии: замена названия целого названием его части или наоборот.

Юность беспечна, а старость немощна.



Тропы

- **О Л И Ц Е Т В О Р Е Н И Е** – наделение неодушевленных предметов или отвлеченных понятий человеческими свойствами, в том числе психическими.

Как показывает история, для того, чтобы Россия «проснулась», ей всегда были необходимы явные угрозы.

Тропы



- Г И П Е Р Б О Л А (греч. hyperbole - избыток, преувеличение) – нарочитое преувеличение в характеристике чего-либо, кого-либо.

Нет ничего страшнее жадности.

Нельзя ставить должников в рабскую зависимость от кредитора на всю оставшуюся жизнь либо пускать его по миру.



Тропы

- Л И Т О Т А (греч. litos – скромный, незначительный) – нарочитое преуменьшение качества, значимости чего-либо.

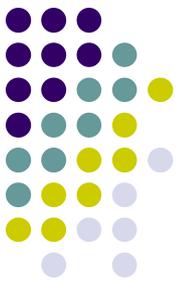
Всё это произошло не без вашего участия.

Тропы



- А Н Т О Н О М А С И Я – замена нарицательного имени собственным именем.

***Это будущий второй Лобачевский.
Болдинская осень композитора.***

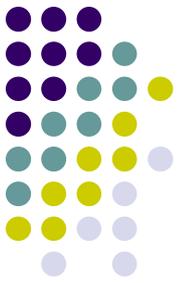


Тропы

- П Е Р И Ф Р А З – замена слова описательным выражением, раскрывающим свойство предмета, которое автор стремится выделить.

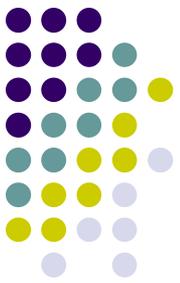
**В Россию приезжал «отец евро»,
Нобелевский лауреат Роберт Манделл и
«благословил» этот проект.**

Риторические фигуры



- I. Фигуры речи, основанные на тавтологии.
- II. Фигуры выдвигения смыслового соотношения слов.
- III. Фигуры диалогизма.

I. Фигуры речи, основанные на тавтологии



- ***Простой повтор*** – использование одного слова дважды или трижды подряд

Скоро выборы. Так что самое время задать вопрос: а чем занимается та самая власть, которую мы на свои деньги выбираем, на свои деньги содержим и на свои деньги наделяем полномочиями устанавливать справедливый порядок?

Фигуры речи, основанные на тавтологии



- ***Анафора*** – повторение слова или словосочетания в начале ряда предложений или их частей

Рынок – это свобода

предпринимательства,

рынок – это изобилие товаров,

рынок – это разнообразие интересов,

рынок - это лучшая жизнь!

Фигуры речи, основанные на тавтологии



- **Эпифора** – повторение слова или словосочетания в конце каждой части высказывания или после каждого из нескольких высказываний.

За квартиру – плати, хочешь дальше учиться – плати, хочешь, чтобы тебя лечили лучше, - плати.

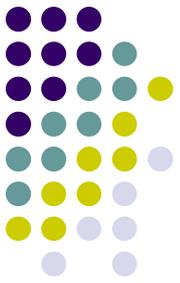
Фигуры речи, основанные на тавтологии



- ***Наклонение*** – повторение слова в различных временах, наклонениях или падежах.

Люблю правду, всем сердцем, как всегда любил и любить буду до смерти.

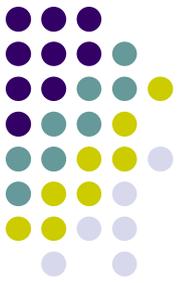
Фигуры речи, основанные на тавтологии



- **Стык** – повторение слова, находящегося в конце одной части высказывания, в начале его второй части.

И вот наступает Новый год – год новых надежд и новых, пока еще не известных событий.

Фигуры речи, основанные на тавтологии

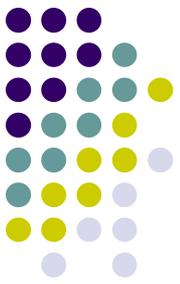


- **Кольцо** – повтор первого и последнего слов фразы.

Ваша позиция состоит в чем? ...

Вот в чем состоит позиция ваша!

Фигуры речи, основанные на тавтологии



- **Синтаксический параллелизм** – подобие структуры двух или нескольких соседних предложений.

Когда вы вспоминаете Испанию, перед вами возникает Сервантес, когда вы говорите об Италии, перед вами встает Данте, когда вы называете Англию, появляется Шекспир. (В. Гюго)



II. Фигуры соотношения слов

- **Антитеза** – фигура, основанная на столкновении слов с противоположным значением.

Никсон имел большой успех, когда в одной из речей объявил: «Хрущев крикнул американцам: «Ваши внуки будут коммунистами!» Мы на это отвечаем: «Напротив, мистер Хрущев, мы надеемся: ваши внуки будут жить свободно!»»



Фигуры соотношения слов

- **Градация** – расположение ряда слов в порядке нарастания (восходящая) или ослабления (нисходящая) значения.

*Сейчас заказов от бизнесменов (на собак) еще прибавится: кризис – всем нужен хороший друг, который, несмотря ни на что, **не предаст, не обманет, не разорит.***

*После кризиса компания должна стать **сильнее, дееспособнее и краше!***

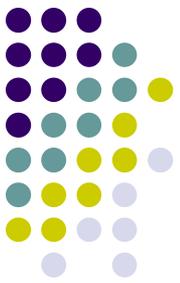


Фигуры соотношения слов

- ***Оксюморон*** – соединение слов с противоположным значением в словосочетание, которое принимает оттого новое значение.

Знакомый незнакомец

Можно красноречиво молчать



III. Фигуры диалогизма

создают эффект диалога в монологическом речи. С их помощью предупреждают критику аргумента или усиливают согласие аудитории.

Мне могут возразить...

Вы спросите, в чем различие...

Не правда ли, это заслуживает особого внимания...

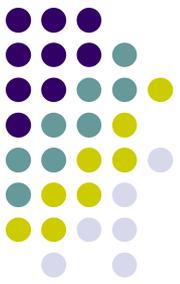
Вы, наверное, сомневаетесь в правильности этого подхода...



Фигуры диалогизма

- *РИТОРИЧЕСКИЙ ВОПРОС* – утвердительное высказывание в форме вопроса.

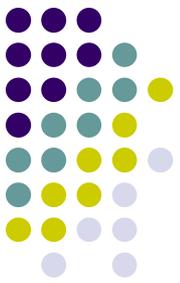
Мы напоминаем людей, которым нужна не удочка, а рыбка. ***Зачем покупать технологии, если мы могли купить готовую продукцию?***



Фигуры диалогизма

- *РИТОРИЧЕСКОЕ ОБРАЩЕНИЕ*
– выражение различного отношения в форме обращения к неодушевленным предметам, явлениям, понятиям ...

О, наши добрые предки прошлых веков!..

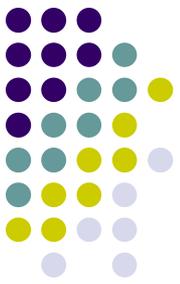


Фигуры диалогизма

- *РИТОРИЧЕСКОЕ ВОСКЛИЦАНИЕ* – высказывание в восклицательной форме, обращенное оратором как бы к самому себе.

***Сколько миллионов глупых людей обвел
Мавроди вокруг пальца! Ай да Мавроди!***

Обычно произносится торжественно,
с воодушевлением.



Фигуры диалогизма

- *ЦИТАТЫ И АЛЛЮЗИИ – в дословном или измененном виде*

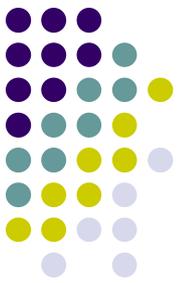
*Знаете, цыплят по осени считают, а в русском бизнесе **осень** еще не началась (о времени подведения итогов)*

После словесного оформления речи

—

РЕПЕТИЦИЯ!

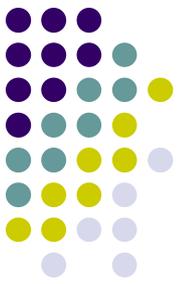




Вопрос 6. Типы ораторов

1. **Рационально-логический тип** - оратор здравого смысла, «логик» (*сангвинник*).
2. **Эмоционально-интуитивный** - страстный, увлеченный (*холерик*).
3. **Философский** - мыслящий вслух, «сократовский тип» (*флегматик*).
4. **Лирический, или художественно-образный** – проникновенный, впечатлительный (*меланхолик*).

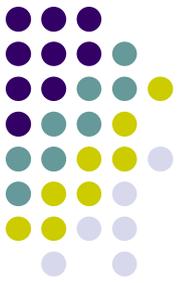
Вопрос 7. Особенности коммуникативной фазы публичного выступления



2-й этап - коммуникативная фаза:

- поведение оратора и управление аудиторией
- техника произнесения речи (АКЦИО)
- искусство спора. Ответы на вопросы

Приемы привлечения внимания



- ПРИЕМ СОПЕРЕЖИВАНИЯ
- ИЗЛОЖЕНИЕ ПАРАДОКСАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ
- АПЕЛЛЯЦИЯ К ИНТЕРЕСАМ АУДИТОРИИ
- ПРИЕМ СОУЧАСТИЯ
- АПЕЛЛЯЦИЯ К СОБЫТИЯМ
- АПЕЛЛЯЦИЯ К ГЕОГРАФИЧЕСКИМ ИЛИ ПОГОДНЫМ УСЛОВИЯМ
- АПЕЛЛЯЦИЯ К РЕЧИ ПРЕДЫДУЩЕГО ОРАТОРА
- АПЕЛЛЯЦИЯ К АВТОРИТЕТАМ ИЛИ ИЗВЕСТНЫМ ИСТОЧНИКАМ
- АПЕЛЛЯЦИЯ К ЛИЧНОСТИ ОРАТОРА
- ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Приемы для поддержания внимания у аудитории:



- Вопросно-ответный прием.
- Переход от монолога к диалогу (полемике).
- Прием создания проблемной ситуации.
- Прием новизны информации, гипотез.
- Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.
- Показ практической значимости информации.
- Использование юмора.
- Краткое отступление от темы.
- Замедление с одновременным понижением силы голоса.



3-й этап - посткоммуникативная фаза:

- анализ проведенного выступления
- работа над совершенствованием материалов для выступления
- прогнозирование вопросов

Золотые правила красноречия:

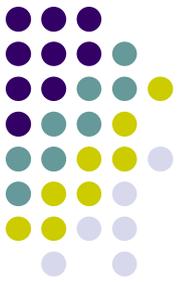


- Пусть твой язык никогда не опережает твоих мыслей.
- В запасе знаний уподобляйся айсбергу, а не кувшину с водой.
- У каждого, с кем ты сталкиваешься во время спора (полемики, диспута, дискуссии), имеется в чем-то превосходство над тобой. Именно этому ты и должен у него учиться.
- Во время спора поступи перед оппонентом всем, чем можешь поступиться, и не утверждай ничего такого, чего не можешь доказать.
- Не пускай сорную траву на свое речевое поле: твоя речь должна быть орфоэпически, грамматически и стилистически точной и упорядоченной.
- Чем начал оратор речь, тем и должен закончить, стремясь в процессе выступления доказать изложенный в начале тезис и подчеркнуть главную мысль в конце.



- Основной закон современной общей риторики – ***закон гармонизирующего диалога.***

Диалог подразумевает личностное общение: это сопоставление, противопоставление нескольких противоположных позиций, связанных с каждым из коммуникантов, способствует достижению взаимопонимания и согласия сторон.



mywalls.ru