

# Деловая риторика и основы публичного выступления

Немова Ольга Алексеевна  
к. соц. н., доцент кафедры  
Экономики предприятия  
НГПУ им. К. Минина

# Принципы речевого воздействия

1. Доступность характеризуется направленностью на тип аудитории. Этот принцип крайне важен в процессе выступления, так как известно, что «каждый слышит то, что понимает».
2. Актуализация содержания, т. е. приводится малоизвестная информация, имеющая для аудитории или собеседника новизну и оригинальность.
3. Актуализация содержания, т. е. приводится малоизвестная информация, имеющая для аудитории или собеседника новизну и оригинальность;
4. Сочетание разнохарактерных сведений;
5. Достоверность предлагаемой собеседнику информации.

# Средства воздействия

- Пример.
- Ассоциативность.
- Сенсорность.
- Экспрессивность.
- Интенсивность подачи информации .

# Коммуникационные эффекты

1. Эффект визуального впечатления. Он основан на том, что вначале оратор воспринимается по его внешнему виду и это первоначальное впечатление накладывает отпечаток на установление контакта с аудиторией.
2. Эффект первых фраз. Заключается в том, чтобы сформировать у собеседника или слушателей первое позитивное впечатление.
3. Эффект техники речи. Имеет большое значение для оратора и включает в себя звучность голоса, дикцию, орфоэпию.
4. Эффект интонации и паузы. Это доступные и продуктивные по результату риторические инструменты.
5. Эффект аргументации. Основан на построении логического выступления с дополнительными фактами, которые придают ему обоснованность и убедительность.
6. Эффект информационного выброса. Основан на заранее продуманном размещении по всей речи новых мыслей и аргументов, периодической интерпретации ранее сказанного. Таким образом, выступающий активизирует внимание аудитории, выбрасывая через определенные временные интервалы новую информацию.
7. Эффект релаксации. Позволяет снять эмоциональную напряженность и используется оратором в помощь слушателям.
8. Эффект дисперсии. Основан на том факте, что в ходе слушания не вся информация усваивается. Исследования показали, что восприятие услышанного составляет 70-80%, из общего объема услышанной информации поняты были только 60%, а в памяти осталось около 25%.
9. Эффект художественной выразительности. Связан с умением выражать свои мысли, грамотно строить предложения, использовать изобразительно-выразительные средства.

# Выделяют два вида аргументации:

- теоретическую, к которой относятся научные положения, концепции и т. д.;
- практическую, которая включает в себя конкретные факты, цифры, статистические данные.

# Изобразительно-выразительные средства выступления

| Средство выступления | Характеристика средства выступления   | Пример средства выступления   |
|----------------------|---|---|
| Гипербола            | Образное преувеличение каких-то качеств, явлений  | «Это самое великое событие в мировой истории!»  |
| Олицетворение        | Одушевление неодушевленного   | «Лес волнуется, дышит, ощущая наше присутствие»   |
| Эпитет               | Образное определение, передающее отношение говорящего к предмету  | «Ребенок смотрит на мир глазами удивленными и доверчивыми»  |
| Сравнение            | Сопоставление двух предметов или явлений с целью более яркой характеристикой одного описать свойства другого                                    | «Лектор без плана подобен слепому, который ведет другого слепого» (Д. Карнеги)  |
| Метафора             | Перенос на один предмет свойств другого предмета, сближение двух явлений по сходству или контрасту  | «На нити праздного веселья// Низал он хитрою рукой прозрачной лести ожерелье// И четки мудрости златой» (А. С. Пушкин)            |
| Литота               | Чрезмерное преуменьшение каких-либо свойств или качеств   | «Я успею сделать это за одну минуту»  |
| Метонимия            | Замена одного слова другим на основании близости выражаемых ими понятий   | «Ждать придется целую вечность»   |
| Риторические вопросы | Утверждения или отрицания, облеченные в форму вопросов, которые в самих себе содержат ответ и предназначены для привлечения интереса слушателей | «Но если вы свободны от рождения, зачем вы подставляете шею рабству? Зачем вы помогаете нашим рабовладельцам?» (А. И. Солженицын) |

|   |   |   |
|---|---|---|
| Повтор<br><i>анафора</i> — повтор начальных слов; <i>эпифора</i> — повтор заключительных слов | Множественное повторение одного и того же слова или словосочетания с целью выделить или подчеркнуть наиболее существенные места высказывания                      | Анафора: «Мы все время торопимся, мы все время забываем оглянуться назад» Эпифора: «Руководитель не имеет на это право, и его подчиненные тоже не имеют на это право»                         |
| Антитеза  | Оборот речи, при котором для усиления выразительности сказанного резко противопоставляются противоположные понятия  | «Не говорите мне: «он умер», — Он живет, // Пусть жертвенник разбит, — огонь еще пылаетУ/ Пусть роза сорвана, — она еще цветет, // Пусть арфа сломана, — аккорд еще рыдает!..» (С. Я. Надсон) |
| Ирония  | Стилистический прием контраста видимого и скрытого смысла высказывания, создающий эффект насмешки   | «Конечно. Стоит нам только захотеть, и все произойдет само собой»   |
| Инверсия  | Изменение обычного порядка слов в предложении с целью усилить выразительность речи  | «Легко работать, как лошадь, а работать, как японцы, вы пробовали?»   |
| Преувеличение   | Создает у слушателей повышенное ожидание  | «... Вы будете удивлены тем, какие у этого проекта огромные перспективы...»   |
| Намек   | Прием, который проясняет высказывание, приобщает слушателей к размышлению   | «Я полагаю, что вы догадываетесь к чему я привел этот пример?»  |
| Градация  | Расположение слов в порядке, при котором их значение усиливается (реже — ослабляется), благодаря чему создается эффект нарастания впечатления (реже — ослабления) | «Насколько все это просто для художника, настолько же непонятно для обывателя, а что для обывателя непонятно, то для него недопустимо» (А. Блок)  |
| Использование форм диалога  | Способствует включению слушателей в процесс выступления, поднимает их заинтересованность в восприятии доклада   |   |
| Призыв к действию   | Вызывает у слушателей реакцию сопричастности с выступающим  | «Давайте все вместе примем участие в этой акции»  |
| Тезисность  | Выделение основных положений выступления  |   |

**Спасибо за внимание!**