

# 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 <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!**