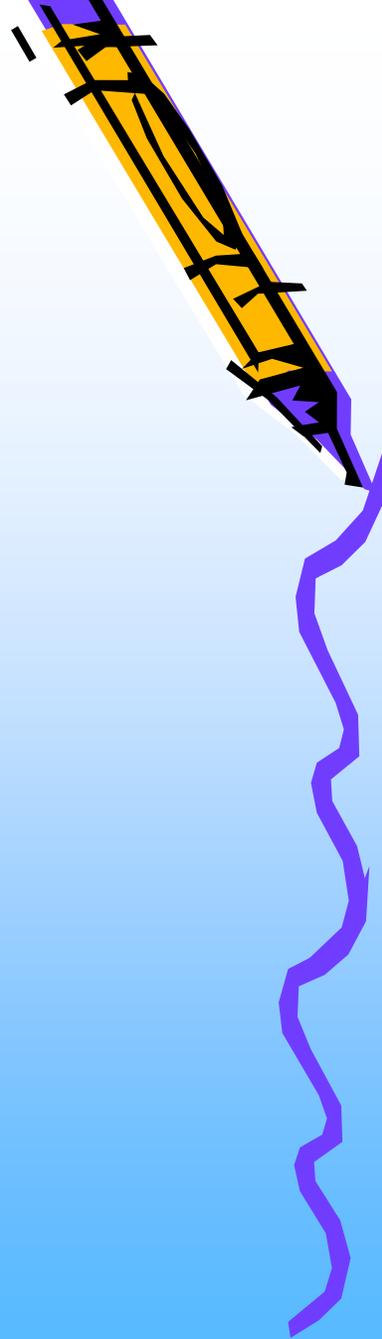


Лекция № 5
Композиция ораторской речи.
Искусство спора.



План

1. Пять этапов выступления.
2. Инвенция. Диспозиция.
3. Виды текстов для выступления.
Композиционные части публичной речи.
4. Методы изложения материала.
Композиционные модели типов речи.
5. Словесное оформление (элокуция).
6. Общая характеристика спора.
Спор, дискуссия, полемика – что это такое?
7. Стратегия и тактика спора.
8. Аспекты спора

1. Пять этапов ВЫСТУПЛЕНИЯ

- **Инвенция**, или изобретение (найти что сказать).
- **Диспозиция**, или расположение изобретения.
- **Элокуция**, или словесное оформление мысли.
- **Меморио**, или запоминание речи.
- **Произнесение** (исполнение) речи.

2. Инвенция

а) Тема и цель выступления

- На первом этапе необходимо определить и четко сформулировать тему выступления. Она может быть **заданной**, когда оратору предлагают выступить на определенную тему, или **свободной**, когда оратор сам выбирает её.
- Выбрав тему, следует подумать о формулировке. Она должна отражать содержание выступления и привлекать внимание слушателей в лаконичной форме.

- Цель выступления определяется задачей, которую оратор помогает решить аудитории, формируя у слушателей убеждения, которые определяют их дальнейшее поведение.

б) Виды речей

- В зависимости от основной цели выступления различают следующие виды речей:

- - информационные
(повествовательные, описательные, объяснительные);
- - агитационные (воодушевляющие, убеждающие, побуждающие);
- - развлекательные.

План выступления (диспозиция)

а) План информационной речи, содержащей анализ проблемы, может включать:

1. описание рассматриваемой явления;
2. объяснение причины возникновения явления;
3. место данного явления в системе других явлений – закономерно оно или случайно;
4. перспективу развития явления или разрешения проблемы;
5. практический вывод или предложение.

б) План агитационной речи может содержать:

1. информирование о том, в чем следует убедить аудиторию;
2. аргументацию в пользу данного убеждения (а если нужно переубедить аудиторию, то и опровержение противоположных взглядов);
3. вывод о значимости данного явления;
4. решение о необходимости каких-либо действий.

3. Виды текстов для выступления

Изучив и обобщив материал, оратор пишет или полный текст выступления, или конспект, или тезисы, или развернутый план.

Назначение *полного текста* выступления – помочь сохранить в памяти все детали выступления, что особенно важно для начинающих ораторов.

Конспект – краткое изложение содержания какого-либо информационного материала.

- *Тезис* – краткое изложение одной конкретной позиции. Такая форма записи дисциплинирует мысль, приучает к точному и краткому её выражению. По форме тезис представляет собой по возможности простое, завершённое, полное, двусоставное предложение. Формулировка тезиса должна быть проблемной. Очевидные и бесспорные суждения неинтересны. Тезис должен быть обильным - содержать такие ключевые слова, которые позволяют полностью раскрыть и обосновать мысль, положенную в его основу.

- *Развернутый план* выступления – это подробный перечень освещаемых вопросов, который формулируются в виде заголовков и располагаются в последовательности изложения материала.

Композиционные части публичной речи

Классической моделью композиции, известной с античных времен, считается трехчастная, включающая вступление, главную часть и заключение.

Вступление

Во вступлении определяется актуальность темы, значение ее для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса.

Основная задача вступления – сформировать из множества слушателей единую аудиторию, подготовить ее к восприятию речи, расположить к себе. Для этого используется ряд приемов:

- обращение к слушателям (зачин);
- апелляция к их интересам;
- вопросы, интересные примеры, случаи из жизни.

Вступлению отводится 5-10% времени.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В главной части излагается основной материал, т.е. обогащаются знания слушателей, оказывается воздействие на их сознание и волю путем убеждения, переубеждения и побуждения к действию. В главной части важно соблюдать правила композиции – логическую последовательность и стройность изложения материала, методы изложения материала, правила ведения речи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Заключение – это логическое завершение речи. В заключении суммируется все сказанное и делается вывод. Необходимо также подчеркнуть актуальность и перспективность темы и в результате усилить воздействие выступления.

Традиционная фраза завершения речи:
Благодарю за внимание!

Заключение занимает примерно 5% времени выступления.

4. Методы изложения материала

- На структуру выступления влияют избираемые оратором методы изложения материала:
- Анализ – логический метод, при котором сущность понятия раскрывается путем расчленения понятия;
- Синтез -- логический метод, предполагающий соединение в одно целое частей объекта, явления или их признаков, полученных в результате анализа;

- Индукция – логическое умозаключение, состоящее в обобщении частных случаев и получении общего вывода;
- Дедукция – логическое умозаключение от общего к частным выводам;
- Аналогия – сопоставление различных фактов, событий, явлений;

- Концентрический – расположение материала вокруг главной темы, рассмотрение явления со всех сторон;
- Ступенчатый – материал очередного вопроса базируется на предыдущем;
- Хронологический – рассмотрение процесса или явления в его становлении.
- В одном выступлении должны использоваться различные методы изложения материала.

Композиционные модели типов речи

Дедуктивное рассуждение

ТЕЗИС→АРГУМЕНТЫ→ВЫВОД

(развитие тезиса, его доказательство или опровержение)

Индуктивное рассуждение

НАКОПЛЕНИЕ ФАКТОВ→ИХ АНАЛИЗ→ВЫВОД

(наблюдение, эксперимент)

(обобщение)(закономерность)

Повествование

ЗАВЯЗКА→РАЗВИТИЕ ДЕЙСТВИЯ→КУЛЬМИНАЦИЯ→РАЗВЯЗКА

Описание

ОБЪЕКТ ОПИСАНИЯ→ЕГО ПРИЗНАКИ→ОБЩАЯ КАРТИНА, ОБРАЗ

Главная часть должна разумно сочетать теоретический и практический материал, позитивную и негативную информацию, рациональный и эмоциональный подходы.

5. Словесное оформление (элокуция)

Когда вы готовите публичное выступление, необходимо все время думать о слушателе: как сделать так, чтобы ваша речь была понятна, информативна и выразительна, т.е. действенна.

Оратор должен помнить, что его речь аудитория воспринимает на слух. У нее нет возможности, как при чтении текста, вернуться к услышанному. Отсюда следуют важные правила словесного оформления публичного выступления:

- информацию рекомендуется подавать порциями, оформляя каждую ее часть в отдельное предложение. Предложения должны быть короткими.
- используя цифры, необходимо «очеловечивать» их, например: *«глазные нервы примерно в 25 раз толще тех, что идут от мозга к органам слуха»*, а не *«толщина глазных нервов... микрон, а слуховых... микрон»*.

Для установления и поддержания контакта с аудиторией необходимо использовать специальные контактоустанавливающие средства. К ним относятся:

- этикетные формулы приветствия, прощания, благодарности и т.д.: (*Уважаемые коллеги! Разрешите мне..., Благодарю за внимание..., Позвольте мне на этом закончить*);
- апелляция к предварительным знаниям слушателей: (*Вы прекрасно знаете..., Вы помните, что..., Вероятно, вам известно, что...*);

- прямые призывы к сомышлению: (*Вслушайтесь..., Представьте себе..., Давайте предположим..., Давайте вместе подумаем...*);
- прямые вопросы аудитории: (*Вы согласны со мной?*).

6. Общая характеристика спора.

Спор – это коммуникативный процесс, в рамках которого происходит сопоставление точек зрения участвующих в споре сторон.

Искусство ведения спора известно с древности и называется **эристика**. Это интегральное искусство на стыке знаний и умений, вырабатываемых **логикой, психологией, этикой, риторикой.**

Искусство спора характеризуется **двумя основными признаками:**

- **доказательностью** (это логическое воздействие на оппонента принудительностью рассуждения)
- **убедительностью** (это психологическое воздействие на оппонента, направленное на восприятие той или иной идеи).

В рамках спора возможны следующие комбинации доказательности и убедительности:

- а) доказательно и убедительно,
- б) доказательно, но не убедительно,
- в) не доказательно, но убедительно,
- г) и не убедительно, и не доказательно.

Идеальный вариант – первый, к нему надо стремиться в любом споре.

Обращаясь к спору, следует помнить
следующие правила:

- если есть возможность достичь согласия без спора, лучше ею воспользоваться;

- не спорьте по мелочам, если уж спорить, то по принципиальным вещам;

- спор должен быть предметным, а предмет спора – достаточно ясным и неизменным на всем его протяжении;

- участники спора должны обладать известной суммой знаний о предмете спора.

Виды спора весьма многообразны.

Спор может быть:

- организованным или стихийным,
- содержательным или формальным,
- основательным или поверхностным,
- конструктивным (товарищеским) или деструктивным (враждебным).

•

Спор, дискуссия, полемика – что это такое?

В современной научной литературе слово **спор** служит для обозначения процесса обмена противоположными мнениями.

В русском языке есть синонимы для определения данного понятия:

дискуссия, полемика, диспут, дебаты, прения.

Дискуссия (латин. – исследование, разбор) – такой публичный спор, где целью является выявление и сопоставление различных точек зрения, **поиск и нахождение правильного решения.**

Другой характер носит **полемика**
(др.греч.— воинственный). Это не
просто спор, а такой, при котором
имеется конфронтация, противоборство
сторон, идей, речей. Это **публичный**
спор с целью защитить, отстаять
свою точку зрения и опровергнуть
мнение оппонента.

Полемика от дискуссии отличается целевой направленностью. **Цель дискуссии:** прийти к единому мнению, найти общее решение, установить истину. **Цель полемики** иная: надо одержать победу над противником, утвердить собственную позицию.

Диспут (лат. - рассуждать) – это публичный спор на научную и общественно важную тему.



Дебаты (фран.– спор), **прения** – это споры, которые возникают при обсуждении докладов, сообщений, выступлений на собраниях, заседаниях, конференциях.



7. Стратегия и тактика спора

Стратегия спора – это общий план его ведения. Каждая из спорящих сторон придерживается своей стратегии.

Пропонент – тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис, должен позаботиться о том, чтобы обеспечить максимальную возможность его обосновать.

Оппонент – это тот, кто оспаривает тезис.

Чаще всего оппонент ознакомлен заранее с содержанием тезиса или с темой предстоящего обсуждения. Ему можно порекомендовать заранее продумать слабые места тезиса и подобрать опровергающие доводы или сосредоточить свое внимание на проблемных моментах темы обсуждения.

Споры по принципиальным вопросам редко бывают стихийными. Поэтому должна быть организация процедуры спора.

Организационные вопросы:
предварительные наметки круга лиц, компетентных в обсуждаемых проблемах, последовательность выступлений.

Тактика спора – это подбор и использование в споре определенной суммы логических и психологических приемов.

В любом споре тактически верным будет корректное поведение его участников.

Спокойствие, уравновешенность, рассудительность – вот те черты, которые улучшают имидж каждой из сторон.

Беспрониженным тактическим приемом является внимательное и доброжелательное отношение к высказываниям другой стороны. Эффект этого приема можно усилить выражениями типа *«Мне нравится ваша мысль, над ней надо хорошо подумать».*

Очень распространенный тактический ход называется «условное принятие доводов противника». Он позволяет избежать прямого опровержения точки зрения соперника. Условно соглашаясь, мы вместе с ним посредством дедукции выводим из его доводов сомнительные следствия и тем самым подводим к нужному нам выводу.

Так противник превращается в соучастника, опровергающего свои собственные рассуждения.

Стратегия и тактика спора - две стороны одной медали.

Только их взаимная увязка позволяет достичь успеха в споре, пусть не абсолютного, но все же успеха.

8. Аспекты спора:

Тезис – это положение, позиция, которая подлежит обоснованию. Именно ему должны уделить особое внимание пропонент и оппонент.

Тезис при организованном споре формируется заранее. В споре пропонент и оппонент придерживаются, как правило, своего тезиса.

Аргументы – это известные, заранее добытые положения, с помощью которых достигаются обоснованность и убедительность.

Отбор аргументов – дело творческое. Здесь важны образованность, мировоззрение и многое другое.

Поэтому аргументы, принятые в одной аудитории, могут быть несостоятельными в другой.

Чтобы аргументация была сильной и приводила к желаемым результатам, надо выполнять следующие правила:

1. тезис должен быть сформулирован четко и ясно;
2. тезис должен быть тождественным в течение всего рассуждения;
3. аргументы, приводимые в подтверждение тезиса, должны быть достаточными и не противоречить друг другу;

4. источники аргументов должны быть известными и достоверными;

5. демонстрация аргументов должна представлять собой правильное рассуждение.

Не следует путать аргументы и софизмы.

Софизмы – это намеренные ошибки в доказательстве и логике. Это распространенные уловки. Любой софизм маскируется под правильное рассуждение, преследуя цель ввести противника в заблуждение.

Уловка – это прием, с помощью которого участники спора хотят облегчить его для себя и затруднить для оппонента.

Умение выявить уловки в споре – залог того, что вы по крайней мере не проиграете спор.

Наиболее распространенные психологические аргументы

Аргумент к силе — вместо логического обоснования тезиса и убеждения прибегают к угрозе неприятными последствиями, например, применение насилия или иных средств принуждения: *моральных, административных, экономических.*

Аргумент к авторитету — ссылка на авторитетную личность (мнение великого ученого, общественного деятеля, писателя и т.д.) или коллективный авторитет вместо обоснования конкретного тезиса.

Аргумент к публике — ссылка на мнение и настроение слушателей с целью привлечь их на свою сторону и с их помощью оказать психологическое давление на оппонента.

Аргумент к личности — ссылка на личностные особенности оппонента, его вкусы, внешность, недостатки.

Использование этого аргумента ведет к тому, что предмет спора остается в стороне, а предметом обсуждения оказывается личность оппонента.

Аргумент к «здоровому смыслу» —
используется часто как апелляция к
обыденному сознанию вместо
реального обоснования.

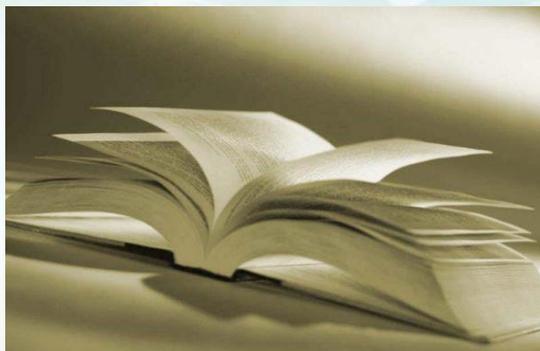
Аргумент к состраданию — вместо
реальной оценки конкретного поступка
взывают к жалости в надежде
пробудить в слушателях сочувствие и
желание уступить.

Аргумент к тщеславию — расточение
неумеренных похвал, комплиментов
противнику в надежде, что он станет
более уступчивым, покладистым.

Аргумент к невежеству —

использование неосведомленности или непросвещенности оппонента или слушателей и навязывание им мнений, которые не находят объективного подтверждения.

Аргумент к выгоде — вместо логического обоснования тезиса агитируют за его принятие потому, что так выгодно в морально-политическом или экономическом отношении.



Спасибо за внимание!