

Вспомогательный материал

1. **Определения** (нет ничего более важного и более связанного с неуловимыми трудностями, чем бережное обращение со словом).

Применение определений. Определения нужны для слов, значения которых аудитория не знает, и для терминов, имеющих особый смысл в применении их оратором. Иногда определения бывают нужны, чтобы внести поправку в представления, которые ошибочно связаны с тем или иным термином.

2. **Виды определений**

Для оратора важны три вида определений: классификация, синоним и антоним, пример.

Классификация (определение при помощи классификации указывает род, к которому принадлежит понятие, и его видовые отличия).

Синоним и антоним (обычно этот тип определений применяется к отдельным словам).

Пример (самый выразительный способ определить что-нибудь, пример определяет только часть понятия, поэтому он должен быть типичен).

3. **Правила применения определений**

- а) определения должны соответствовать теме и характеру аудитории;
- б) определения должны быть авторитетными;
- в) определения должны оттенять главные качества;
- г) в определениях не должно быть предвосхищения оснований (главным образом это относится к агитационным речам).

4. Сравнения (уподобление указывает сходство, противопоставление или контраст – разницу).

Виды сравнений

- а) краткие (метафора) и пространные (аналогия);
- б) фактические и выдуманные;
- в) серьезные и шуточные.

Форма противопоставления – парадокс.

5. **Применение сравнений** (сравнения стимулируют мысль слушателя; сравнения поясняют необычное; сравнения вызывают интерес к обычному).

6. Виды примеров (краткие (случаи) и подробные иллюстрации; пример-факт и пример-предположение (фактический пример производит большее впечатление, чем предположительный; шуточные примеры (юмористическая часть может быть резкой (до высмеивания) и дружеской(тонкий налет юмора придает «трудным» темам легкий, непринужденный характер, располагает аудиторию к оратору; юмор бывает оригинальный и позаимствованный).

Правила применения примера в информационных речах

- а) Пример должен быть в цель;
- б) Не следует навязывать смысл примера;
- в) Нельзя объять многое одним примером;
- г) Обработанный пример производит большое впечатление.

Способы проверки примеров в агитационных речах

- а) Уместен ли пример?
- б) Типичен ли пример?
- в) Достаточно ли примеров?
- г) Содержит ли пример призыв к чувствам?
- д) Оправдывает ли пример призыв к чувствам?

7. Ссылки на авторитеты. Виды авторитетных ссылок (утверждения, покоящиеся на авторитете самого оратора; утверждения, в основе которых лежит общественное мнение; утверждение сведущих лиц).

- а) Авторитет оратора;
- б) Общественное мнение (официальные данные (итоги голосования, результаты массового опроса, изучение анкет, примеры народной мудрости);
- в) Авторитет сведущих лиц (например, ссылка на заключение эксперта).

Правила пользования авторитетными мнениями как доказательством

- а) Не ссылайтесь на свой авторитет: для слушателя он недостаточен (это относится к студентам-ораторам);
- б) Ссылайтесь на проверенные авторитеты;
- в) Не ссылайтесь на авторитеты, вызывающие предубеждение;
- г) Ссылка на источник должна быть точной;
- д) Избегайте загадочных ссылок на источник.

8. Статистические данные. Роль статистических данных и их применение (статистика дает оратору два преимущества – точность и экономию изобразительных средств).

Статистические данные как доказательство

- а) Проверяйте статистические данные с точки зрения компетентности и беспристрастности источника;
- б) Укажите точно источники;
- в) Избегайте неопределенных выражений;
- г) Сравнивайте только совместимые величины;
- д) Утверждайте только то, что подтверждено совокупностью данных.

9. Наглядные пособия

- а) Пользуйтесь наглядными пособиями целесообразно;
- б) Приготовьте пособия до начала речи;
- в) Придайте наглядным данным общедоступный вид;
- г) Тесно свяжите речь с наглядными пособиями;
- д) Говорите, обращаясь к слушателям, а не к пособиям;
- е) Уберите пособие, как только миновала в нем надобность;
- ж) Держите пособия при себе.

10. Резюме