

**Тема: «Основы ораторского мастерства. Выразительные средства речи»**

**Занятие лекционного типа 2**

**2 часа**

**Цель:** продемонстрировать составляющие ораторского мастерства, привить риторические умения и навыки.

**Задачи:**

–акцентировать внимание на коммуникативном качестве речи

–выразительности;

– описать основные выразительно изобразительные средства речи;

–ознакомить с основными риторическими навыками и умениями, которыми должен обладать говорящий.

**Рекомендуемая литература**

*Основная:*

1. Беглова, Е. И. Риторика [Текст]: учеб. пособие / Е. И. Беглова; МВД России, НА. – Н. Новгород: НА МВД России, 2019. – 164 с. – То же [Электронный ресурс]. – ЭБС НА МВД России. – URL: <https://namvd.bibliotech.ru/Reader/Book/2019051414102329653200009926>
2. Введенская, Л.А., Павлова, Л.Г. Риторика и культура речи. Изд-е 13-е, стер. / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 537 с. Главы 3,4,5. С. 232–287..
3. Михалкин, Н.В., Антюшин, С.С. Риторика для юристов: учебное пособие для бакалавров / Н.В. Михалкин, С.С. Антюшин. Рек. Минобрауки РФ. – М.: Юрайт. 2012. – 240 с.– С. 27 – 31.
4. Риторика: учебник для бакалавров / В.А. Ефремов и др.: Рос. Гос. ун-т им. А.И. Герцена / под общ. Ред. В.Д. Черняк. – М.: Юрайт, 2015. – 430 с.
5. Каверин, Б.И. Ораторское искусство: [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б.И. Каверин, И.В. Демидов. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 256 с.
6. Крылова, М.Н. Риторика [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Н. Крылова. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 242 с.
7. Сердюк, Н.В., Носкова, Л.Г. Риторика для полицейских: учебное пособие. Акад. управления МВД России / Н.В. Сердюк, Л.Г. Носкова.– М.: Акад. Управления МВД России, 2013. – 84 с.
8. Харченко, В.К. Словарь богатств русского языка. Редкие слова, метафоры, афоризмы, цитаты, биографемы. В 2 томах. / В.К. Харченко. –Белгород: Белгородский гос. ун-т, 2003.

*Дополнительная:*

Андреев, В И. Деловая риторика / В.И. Андреев. – М.:Народное образование, 1995.

**Учебные вопросы**

1. Основы ораторского мастерства. Понятия «ораторика» и «оратор».
2. Риторические навыки и умения, которыми должен обладать оратор.
3. Выразительность речи как коммуникативное качество речи и средства создания экспрессии.
4. Тропы и стилистические фигуры как специальные средства создания экспрессии публичной речи.
5. Языковые средства создания экспрессии речи.

**Вопрос 1. Основы ораторского мастерства.**

**Понятия «ораторика» и «оратор»**

Главным понятием риторики является *оратор* (от латинского *«оrаrе»* – *говорить*). Напомним, что предметом риторики является ораторское искусство. Заметим, что для обозначения теории и практики ораторской речи используются термины *оратория* и *ораторика*. Общее определение риторики как теории и практики публичной речи можно представить так: риторика – это наука об условиях и формах эффективной коммуникации.

Объективной основой зарождения ораторики, то есть риторики, как социального явления явилась насущная потребность публичного обсуждения и решения вопросов, имевших общественную значимость. Чтобы обосновать ту или иную точку зрения по актуальной проблеме, доказать правильность выдвигаемых идей, отстоять свою позицию, нужно было владеть искусством слова, уметь убеждать слушателей и влиять на их выбор мнения.

Для обозначения человека, говорящего публично использовались разные термины в процессе развития риторики: *ритор, оратор, вития, краснослов, славослов, речистый человек* и др.Слово *оратор* появилось в русском языке в начале XVIII века, а более широкое распространение получило в первой трети XIX века. Люди, к которым обращены его слова, составляют аудиторию (по латыни *«audire»* –*слышать*). Оратор и аудитория в процессе публичного выступления взаимодействуют друг с другом.Когда оратор говорит перед аудиторией, у него имеется два желания:1) поделиться своей мыслью, 2) передать испытываемые чувства.

*Ораторская речь* представляет собой своеобразныйвид эмоционально-интеллектуального творчества, воплощаемого посредством живого слова: она одновременно воздействует и на сознание, и на чувства человека.Таким образом, современная риторика, или ораторика – это наука об убедительной и действенной речи в разных ситуациях речевого общения.Для осуществления воздействия на аудиторию, слушателя публичная речь должна обладать правильностью, логичностью, выразительностью.

Особо заметим, что ораторское искусство никогда не было однородным. В зависимости от конкретной сферы применения оно исторически делилось на виды. Современная ораторская речь классифицируется по разным основаниям. Например, одни авторы делят устные публичные выступления на *монологические* (речь одного лица)и *диалогические*(речь двух лиц),*эмоциональные* (больше воздействующие на эмоции) и *рациональные*(больше воздействующие на разум, сознание) и т.п. Например диалогическое красноречие реализуется в формах спора, дискуссии, диспута, беседы, совещания, интервью, конференции, инструктажа и пр.

**Вопрос 2. Риторические навыки и умения,**

**которыми должен обладать оратор**

В данном разделе, посвященном главным образом выразительным средствам речи, мы остановимся лишь на некоторых аспектах риторических знаний и рекомендаций оратору, человеку, говорящему публично. Какими же знаниями и умениями должен обладать человек, выступающий публично, не говоря уже о профессиональных ораторах, например, руководитель, которому часто приходится выступать перед подчиненными или на торжественных, профессиональных мероприятиях.

Оратор или человек, говорящий публично, должен обладать следующими знаниями и навыками:

1) уверенностью в себе во время публичного выступления;

2) умением непрерывно говорить на определенную тему;

3) умением четко выражать свои мысли и выстраивать их в логической последовательности;

4) умением привлечь внимание аудитории;

5) экспрессивностью и яркостью речи при выступлениях;

6) в какой-то мере артистизмом;

7) умением убеждать, используя риторические приёмы, а также вербальные и невербальные средства языка;

8) умением дать ответ на любой заданный вопрос;

9) уметь демонстрировать свой личный интерес по данной проблеме.

Все сказанное вышепозволяет заключить, что ораторская речь сочетает в себе воздействие не только на разум слушателей, но и на их чувства, поэтому эмоциональность – это необходимое качество публичной речи, которое помогает воспринять и усвоить ее содержание.

Следует отметить то, что у каждого оратора должны быть не только индивидуальные внешние данные, но и индивидуальный и неповторимый ораторский стиль – форма и способ изложения материала. Оратор отличается от актера прежде всего тем, что актер может играть каждый день разные роли, а оратор должен всегда оставаться самим собой, по его образу судят о содержании речи. Образ оратора индивидуален, но представляет собой социальный тип личности, со своим мировоззрением, эстетическими установками, эмоциональной конституцией, своим интеллектом, образованностью.

Еще в трудах Марка Туллия Цицерона мы находим описание трех типов ораторов:

1. ораторы велеречивые, с возвышенной силой мысли и торжественностью выражений, решительные, разнообразные, неистощимые, могучие, во всеоружии готовые трогать и обращать сердца;
2. ораторы сдержанные и проницательные, всему поучающие, все разъясняющие,
3. средний тип – умеренный, не обладающий ни изысканностью вторых, не бурливостью первых, смежный с обоими, чуждый крайности обоих.

В.И. Андреев в «Деловой риторике», используя принцип доминирования тех или иных личностных качеств, выделяет 16 типов ораторов: эврист, теоретик, авторитетный, интеллигентный, новатор, оптимист, доброжелательный, эрудит, логик, практик, демагог и др. Разумеется, деление ораторов на типы условно, но имеет под собой научную основу. Например, выделяют ораторов, для которых главным средством ораторского искусства является логика рассуждений, и таких, для которых важно воздействовать на слушателей эмоциональностью. Следует помнить о том, что проигрывают те ораторы, которые говорят бесстрастно, неэмоционально. Если оратор не использует богатые возможности русской интонации, не разнообразит темп речи, не продумывает заранее, где сделать смысловые паузы, то его публичная речь звучит монотонно, требуя от аудитории большого напряжения и самодисциплины. Существует большое количество ***рекомендаций оратору***, которые были выработаны риторической практикой. Остановимся лишь на некоторых из этого большого числа рекомендаций.

1. Речь должна быть ограничена предметом обсуждения и опираться на строго проверенные и отобранные факты.
2. Не останавливайте взгляд на отдельных лицах. Помните, что долгий пристальный взгляд оставляет неприятное чувство, поэтому скользите взглядом по отдельным слушателям. Это привлекает внимание слушающих и вызывает их расположение.
3. Говорите выразительно, ибо выразительная речь способна передать огромную массу оттенков мысли.
4. Используйте весь запас слов своего лексикона. Старайтесь исключить из своей речи канцеляризмы и вульгаризмы. Избегайте также книжного стиля.
5. Возбуждайте внимание слушателей. Ожидание вызывает интерес и эмоции сильнее, чем что-то неожиданное. В начале речи намекните, что главное будет впереди и несколько раз напомните об этом. Надо с первых же слов посадить слушателя на «крючок» интереса, на ожидание «сюрприза».
6. Научитесь держать паузу. Это поможет сосредоточить внимание на важных мыслях, подчеркнуть неожиданность выводов, обобщить изложенное.
7. Соединяйте слово с жестом. Часто выразительный жест понятен без слов. Жесты должны быть скупыми, точными и выразительными, соответствовать смыслу речи, сливаться с речью.
8. Мимика должна быть умеренной и доброжелательной.
9. Меняйте темп речи. Это придает ей выразительность. Смена темпа речи меняет и скорость восприятия, не давая слушателю отвлечься. Средний темп русской речи 120 –130 слов в минуту.
10. Меняйте также и тон голоса: он должен то повышаться, то понижаться. Внезапное повышение или понижение тона голоса выделяют слово или фразу на общем фоне.
11. Говорите громко, внятно, отчетливо, выразительно, но не повышайте голоса без особой необходимости, то есть соблюдайте технику речи: дикцию, голос, дыхание.
12. Стремитесь избегать поучительно-назидательных ноток в голосе.
13. Имейте в запасе юмористические истории, шутки, анекдоты, которые в трудных случаях могут вас выручить.
14. Всегда старайтесь начать выступление с чего-то необычного, а конец сделать ярким и насыщенным, поскольку лучше всего запоминается то, что находится с краю, т.е. начало и конец выступления. В риторике это называется «эффект края».
15. Всегда в конце речи делайте обобщение сказанного: коротко повторите основные мысли.

Публичная речь должна соответствовать всем *коммуникативным качествам хорошей речи:* правильности, доступности, чистоте, краткости, логичности, выразительности.В русской риторической науке отмечалось, что ***выразительность*** и красота речи необходимы для ее убедительности и воздействия на аудиторию.

**Вопрос 2. Выразительность речи как коммуникативное качество речи**

**и средства создания экспрессии**

**Выразительность** публичной речи достигается эмоционально-экспрессивными элементами речи, включающими оценочные, многозначные слова, синонимы, антонимы, неологизмы (*неологизмы* – это новые слова, придуманные автором или новые русские и иноязычные слова, не всем еще понятные), пословицы, афоризмы, фразеологизмы, а также специальные средства создания образности текста.

К специальным средствам создания выразительности и образности речи относятся ***тропы*** и ***стилистические фигуры***. Прежде всего заметим, что в основе ***тропа*** лежит сопоставление явлений, сходных по каким-либо признакам или каким-то образом связанных, соотносящихся между собой. ***Тропы***– это слова и выражения, употребленные не в обычном, прямом значении, а в переносном смысле. К тропам относятся: метафора, метонимия, синекдоха, олицетворение, сравнение, эпитет, аллегория.

***Стилистические фигуры***(Горгиевы фигуры)не связаны с изменением смысла, они придают выразительность речи, усиливают ее воздействие на аудиторию. Стилистическими фигурами являются следующие: риторический вопрос, антитеза, градация, оксюморон, литота (преуменьшение), анафора (одинаковое начало строк), эпифора (одинаковая концовка строк), каламбур и др.

Рассмотрим кратко несколько тропов и стилистических фигур.

Рассмотрим кратко несколько тропов и стилистических фигур.

Например, троп ***эпитет*** – это художественное определение, которое окрашивает речь, позволяет ярче выделить свойства и качества предметов или явлений, например: ***румяная*** *заря,* ***резкая****примета,* ***опухший*** *вид,* ***нелепая*** *фотография.* Эпитетпомогает точнее создать словесный портрет, например, подозреваемого, политического деятеля и др*.Он (Михаил Михайлович Череванин –Е.Б.) был человек* ***странный****, оригинал,* ***талантливый*** *человек,* ***добрая душа*** *и по временам сильно поклонялся Дионису. Но в его фигуре* ***широкого размера*** *не выражалось* ***древлеславянской*** *удали; напротив, видно было что-то печальное, слабость видна была, хотя, всякий, взглянув на него, сразу поймет, что у него организм* ***железный, выносливый…****(Н.Г. Помяловский. Молотов).*

***Метафора*** – это перенос значения слова на основе сходства по цвету, форме, качеству, характеру, признаку, действию. *Метафора*– самый распространенный вид тропа. Метафоры образуются по принципу олицетворения (*чайник убежал, ветер плачет),* овеществления *(стальной характер),* отвлечения (*поле деятельности*, *круг знакомых*). В роли метафоры могут выступать разные части речи: глагол, существительное, прилагательное и др. Русский язык метафоричен в своей основе. Мы постоянно используем в своей повседневной речи метафоры:*стальные нервы, золотые руки, часы встали, теплые отношения, острое зрение; отрезвимся от бумажных привидений*. Для выразительной художественной и публицистической речи характерны развернутые метафоры, например: «*Отговорила роща золотая березовым веселым языком*» *(С. А. Есенин).****Олицетворение*** – наделение свойствами человека явлений природы, неживых предметов: *От стен, точно негры, блестящие лаком,* ***несли караул черноногие стулья****; массивный* ***буфет рассмеялся*** *ореховой, резаной кожей (А. Белый.Москва).*

***Метонимия****,* в отличие от метафоры, основана на смежности. Если приметафоре два одинаково названных предмета, явления должны быть чем-то похожи друг на друга, то при метонимии два предмета, явления, получившие одно название, должны быть смежными. Слово *смежные*в этом случае следует понимать не просто как соседние, а несколько шире – тесно связанные друг с другом. Примерами метонимии являются употребления слов*аудитория, квартира, дом, завод*для обозначения людей.

Словом можно назвать материал и изделие из этого материала *(золото, серебро, бронза, фарфор, чугун, глина*). Так, один из спортивных комментаторов, рассказывая о международных соревнованиях, сказал: *«Золото и серебро получили наши спортсмены, бронза досталась французам».*

Довольно часто в метонимическом значении используются географические наименования. Например, названия столиц употребляются в значении «правительство страны», «правящие круги»: Переговоры между Лондоном и Вашингтоном, Париж волнуется, Варшава приняла решение и т.п. Географические названия обозначают и людей, живущих на данной территории. Так, название *Беларусь*синонимично сочетанию *белорусский народ,Украина – украинский народ***.**Разновидностью метонимии является ***синʹекдоха*** – троп, сущность которого заключается в том, что называется часть вместо целого, используется единственное число вместо множественного, или, наоборот, целое – вместо части, множественное число вместо единственного, например: ***Там шуба из куньего, пышного меха садилась в авто*** *– точно в злого, рычащего мопса, метнувшего носом прожектор, в котором на миг зароилась веселость окаченных светом, оскаленных лиц, – с золотыми зубами (А. Белый. Москва).*

***Аллегория*** – иносказательное изображение отвлеченного понятия при помощи конкретного жизненного образа. Аллегория позволяет нагляднее представить предмет разговора. Особенно активно этот прием используется в баснях и сказках. С помощью образов животных высмеиваются различные человеческие пороки (жадность, трусость, хитрость, тупость, невежество), прославляются добро, мужество, справедливость. Так, в народных сказках *лиса*– аллегория хитрости, *заяц*– трусости, *осел*– упрямства и т.д. Аллегория **–** это передача истинного смысла через другой образ на основе сходства в поведении, форме, признаке и т.п. Понятие аллегории тесно связано с понятием метафоры. В аллегории связь между понятием и образом устанавливается по аналогии или смежности***.***Приведем пример аллегории из речи адвоката: «*Итак, вы оправдаете М-ву. Но пусть же ваше оправдание сослужит и другую службу. Пускай сыскное отделение хотя немножко отучится от своей прямолинейности, от своей прыти, от этой езды в карьер, потому что хотя со стороны и красиво смотреть, как ретивый конь стрелою несется от Аничкина моста прямо к Адмиралтейству, но при этом часто бывает, что он давит ни в чем не повинных прохожих».*

***Сравнение*** –это образное выражение, построенное на сопоставлении двух предметов, явлений, состояний и пр., имеющих общий признак. Сравнение предполагает наличие 3-х данных: *предмет*(то, что сравнивается) *– образ*(то, с чем сравнивается) *– признак* (то, на основании чего одно сравнивается с другим), например: *сонный, как сова днем, молчит, будто язык проглотил; ретивый конь стрелоюнесется, легкомысленноеобвинение.*

**Стилистические фигуры**. Стилистическая фигура ***оксюморон***– это совмещение противоположных по смыслу, несовместимых понятий, например: *худой толстяк, знакомый незнакомец* и др. ***Антитеза*** – фигура речи, это смысловое противопоставление, выраженное словами-антонимами, например: ***Сила****телевидения* – *в****слабости****книг* (И. Шевелев); … *перед нами* ***не рецидивист, не бандит****, а такой же как и мы* ***законопослушный гражданин****, убивают: иногда* ***медленно****, а иногда и* ***быстро****.* ***Каламбур*** – игра слов, основанная на двусмысленности, вызывающая комический эффект, например: *Лучше год, да годное, чем в неделю недельное (*пословица); *Вполне* ***завиральный,*** *вполне* ***либеральный****, мужчина с крепчайшей заваркою слов ипричмоком в губах говорил, модулируя мысли (А. Белый. Москва).*

***Повтор*** – повторение слов для усиления высказываания, воздействия на слушателей: *десять раз более* ***подходящая*** *(и опять-таки – только* ***подходяща****я),* ***не могла*** *быть М-ва в этот день у ювелира Лутугина,* ***никак не могла...; …****обвиняемый был* ***лишен права*** *на защиту, он был* ***лишен права*** *дать свои объяснения.*Особой разновидностью повторов являются анафора и эпифора. ***Анафора***– (единоначатие) – одинаковое начатие фразы, например, когда предложения или фразы начинаются одним и тем же словом: ***Есть преступники, которые*** *сожалеют о содеянном,* ***есть преступники, которые****жаждут новых преступлений без сожаления….****кто бы ни****нашел****, кто бы ни*** *украл ее (брошь).* Противоположна анафоре стилистическая фигура ***эпифора*** (одинаковый конец фразы): *Я буду* ***помнить о тебе****. Мы все* ***будем помнить о тебе****.****Инверсия*** – изменение обычного порядка слов в предложении для выделения особого смысла, например:

***Риторический вопрос*** – это вопрос, не требующий ответа. Он интригует слушателей, создает особый риторический прием, который называется ***вопросно-ответным ходом.*** Например, из речи адвоката: *В экспертизу сходства почерков я никогда не верил – ни в чистописательную, ни в фотографическую, потому что признание сходства почерков есть решительно дело вкуса. Мне кажется, что почерк похож, а другому, что – нет, и мы оба правы.****Что же мы встречаем здесь?*** *Нашли сходным наклон письма и несколько букв. А между тем, если взглянуть на записку, попросту, без затей, то выйдет, – почерк, решительно неизвестно кому принадлежащий.****Умолчание*** –это стилистическая фигура, заключающаяся в том, что начатая речь прерывается в расчете на догадку читателя, слушателя, который должен мысленно закончить ее. На письме умолчание обозначается знаком многоточия, например: *Или еще лучше: вспомним, что мы трактуем здесь как воровку женщину, действительно ни в чем не повинную – войдем в ее положение, пожалеем ее, защитим ее, отдадим справедливость ее характеру, посетуем о несовершенстве наших следственных порядков...*

***Обращения,***которые привлекают внимание к речи, акцентируют его на выступающем, например: *Довольно,* ***господа присяжные заседатели!*** *Я вовсе не желаю топить эту вторую женщину и даже не хочу произносить ее фамилии.*

Следует отметить тот факт, что выразительность создается в контексте, например, в контексте слово приобретает переносное метафорическое значение: 1. *Падал* ***ленивый*** *снег (К.Г. Паустовский).*  2. *Он не говорил, а* ***вырыкивал*** *слова, и при этом сек собеседника* ***молнией*** *взгляда* (В.П. Астафьев).

С помощью оценочных, в целом изобразительных (*стилистических фигур*) и выразительных (*тропов* и *языковых средств*) создаются шутка, юмор, ирония, сарказм. Например: 1. *«У нас слова* ***оратор*** *и* ***ораторствовать*** *вовсе не латинского происхождения, а чисто русского – от слова* ***орать****. Послушайте наших застольных при торжественных случаях витий!»* (П.А. Вяземский).*2. Болтун подобен маятнику: и того и другого надо остановить* (Козьма Прутков).

**Вопрос 4. Языковые средства создания экспрессии речи**

Кроме специальных средств создания выразительности (тропов и стилистических фигур), разные средства языка могут служить выразительными средствами: слова, слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами, просторечные и жаргонные слова, фразеологизмы, пословицы, построение предложений по определённым моделям и др. Коротко остановимся на некоторых средствах языка, играющих большую роль в создании экспрессии речи.

Так, *пословицы и поговорки* представляют собой сгустки народной мудрости, они выражают истину, отраженную в накопленном опыте народа. Публичную речь можно начинать и заканчивать пословицей, соответствующей теме или мысли оратора. Существуют словари пословиц и поговорок, из которых можно отобрать соответствующие теме. Например, пословицы из словаря В.И. Даля, отражающие закон:*1. Не бойся закона, бойся судьи. 2. Всуе законы писать, когда их не исполнять. 3. Где закон, там и обида. 4. Недолго той земле стоять, где учнут уставы ломать.* Или: начальство – приказ – послушание: *1. Ручки делают, а спинка отвечает. 2. Где посадят, там и сиди! 3.Не велят, так и не шевелят. 4. Кто венец надевает, тот и снимает. 5. Чем возить, так лучше погонять.*

***Фразеологизм*** *–* это устойчивое сочетание слов с единым целостным смыслом, который не складывается из значений слов, его составляющих, а он переносный, словосочетание имеет неизменяемую грамматическую связь и компонентный состав, но в речи фразеологизмы могут трансформироваться.Например: *дело вкуса,упасть в ноги, ни сном, ни духом, двоиться в глазах,езда в карьер,* в речи судебной*: 1. Тогда обвиняемый* ***упал приставу в ноги*** *и сознался.2. И вот обвинение в краже брошки самым нелепым образом ударило в М-ву, которая, как говорится,* ***«ни сном, ни духом»*** *не была в этом виновна.*Используются ***разговорно-просторечные слова***, то есть свойственные разговорному стилю, для привлечения внимания, типа: *подозрительная жиличка, пьяные лихачи, распоясались, Бутырка*, *бандиты и насильники*,*хорошенькое основание;ткнуть экспертов…, что они не заметили, с вещественными доказательствами так* ***обмишурились;*** *толпа зевак,собравшихсяпоглазеть на аварию*. Или ***синонимы****: взглянуть попросту, без затей; легковесные и несерьезные доказательства; сплетни и россказни.*

***Антонимы****:виновность – невинность, радость и горе, вместе – в разлуке; первый* и *последний факт, например, в контексте: …особенный интерес в публике обыкновенно возбуждают такие дела, в которых прокурор и защитник между собою диаметрально расходятся, когда один не сомневается в* ***виновности****, а другой не сомневается в* ***невинности*** *подсудимого.о*

***Омонимы*** – это слова одинаковые по написанию и звучанию, но абсолютно разные по значению. Их употребление часто создает каламбур или шутку, например: *Чиновничья неразбериха:*

– Вы кажется, присутствовали при этом?

– Нет, я отсутствовал.

– Вот как! Вы были в отсутствии?

– нет, я был в присутствии. (Сатирикон. 1908 г.)

Или: *В школе.*

– Калинин, перечислите мне предлоги!

– Зубная боль….

– Что?

– Это мой предлог, чтобы не ходить в школу.

Таким образом, языковые средства способствуют усилению выразительности, акцентуации смысла, а также привлечению и удержанию внимания слушателей.

***Заключение***

Таким образом, публичная речь – это главная часть риторики, которую часто называют ораторикой. Человек, говорящий публично, не всегда является оратором в прямом значении этого слова, но он должен обладать знаниями ораторики, достаточными для правильного вербального и невербального поведения перед слушателями, аудиторией. Прежде всего необходимо знать, какие требования к оратору предъявляются, чтобы получить умения и выработать навыки говорить публично, официально. Для этого следует запомнить рекомендации оратору. Следует иметь свой стиль, соответствующий темпераменту и психологическому типу, не ориентироваться на подражание другим известным ораторам, чтобы не выглядеть неестественно, наигранно.

Публичная речь должна быть выразительной, поэтому необходимо знать и использовать специальные средства создания образности, которые называются тропами и стилистическими фигурами, а также средства языка: синонимы, антонимы, омонимы, паронимы, просторечные, многозначные слова, фразеологизмы, пословицы. Все выразительно-изобразительные средства должны соответствовать содержанию речи, усиливать ее в смысловом и эмоционально-оценочном плане, способствовать привлечению и удержанию внимания слушателей, аудитории.