Риторика

о том, что они еще не находят устойчивого места в нашей общественной жизни.

Так называемые дискуссии в газетах (а их становится все меньше) вызывают интерес читателей, но имеют, как правило, ограниченный резонанс, поскольку люди ныне не верят в действенность газетного слова, а также полагают, что все подобные дискуссии и компроматы носят заказной характер и не отражают реального положения дел.

Необходимо признать, что в современном российском обществе практически полностью отсутствуют традиция и техника всестороннего демократического публичного обсуждения проблем, представляющих общественный интерес в коллективах, дискуссионных клубах, учебных заведениях и в целом на уровне рядовых граждан.

Отсутствуют в российской политической практике и опыт публичных обсуждений, и общепринятые правила проведения таких мероприятий, и единые требования к регламенту выступлений и ответам на вопросы, распределению ролей участников обсуждения и т.д. Нет традиции равного соблюдения регламента всеми участниками таких дискуссий независимо от должностного положения, нет опыта уважительного задавания вопросов и уважительного ответа на заданные вопросы по существу, нет традиции неукоснительного соблюдения этических и риторических норм ведения дискуссии.

Вместе с тем публичное обсуждение проблем, представляющих общественный интерес, имеет огромное значение для формирования механизмов демократических процедур, для повседневной демократической практики. Без навыков и прочной привычки к публичному обсуждению общественно значимых проблем как национального, так и сугубо местного значения (причем именно в среде рядовых граждан) формирование и развитие демократического общества невозможно.

Необходимо всячески пропагандировать в нашем обществе идею устного публичного дебатирования общественно значимых проблем, а также обучать риторическим навыкам, начиная со школы. Риторическое образование граждан России — важнейшая задача сегодняшнего дня.

Задания

1. Какие утверждения правильные?

1. Речевое воздействие — раздел риторики.
2. Риторика — раздел речевого воздействия.
3. Риторика — это наука о речевом воздействии.
4. Риторика — наука об эффективной публичной речи.
5. Риторика — наука о межличностном общении.
6. Реклама полностью принадлежит науке о речевом воздействии.
7. Реклама частично принадлежит науке о речевом воздействии.
8. Речевое воздействие исследует только вербальные сигналы.
9. Речевое воздействие исследует вербальные и невербальные сигналы.
10. Коммуникативная позиция говорящего — это степень его влиятельности в общении.
11. Коммуникативная позиция говорящего — это место его расположения относительно собеседника в процессе общения.
12. Доказывать и убеждать — это одно и то же.
13. Доказывать и убеждать — разные вещи.
14. Манипулятивное воздействие на человека всегда предосудительно.
15. Манипулятивное воздействие не всегда предосудительно.
16. Персонификация личности — это рост индивидуальной неповторимости личности.
17. Персонификация личности — это проявление личностью своего характера, своеволия.
18. Степень персонификации личности в современном обществе растет.
19. Процесс персонификации личности в современном обществе остановился.
20. В современном обществе развивается деперсонификация личности.

2. У кого из общающихся коммуникативная позиция будет сильнее и почему?

1. Сидящий и стоящий.
2. Говорящий громко — говорящий тихо.
3. Хорошо одетый — плохо одетый.
4. Лежащий на диване — сидящий на диване около него.
5. Тот, кто обнимает — тот, кого обнимают.
6. Тот, кто движется энергично — тот, кто движется слабо.
7. Тот, кто на трибуне — тот, кто внизу.
8. Тот, кто наклоняется к собеседнику — тот, кто сидит прямо.
9. Сидящий — тот, кто передвигается во время разговора вокруг него.
10. Тот, кто ведет человека под руку — тот, которого ведут под руку.
11. Тот, кто выше — тот, кто ниже.
12. Тот, кто одет в темное — тот, кто одет в светлое.
13. Тот, кто приближается к собеседнику — тот, кто удаляется от собеседника.
14. Тот, кто смотрит в глаза собеседнику — тот, кто избегает взгляда собеседника.