

Монологическая речь и её разновидности

Монологическая речь

Монологическая речь (от греч. *μόνος* — один и *λόγος* — слово, речь) — это речевой акт, осуществляемый одним лицом на протяжении большего или меньшего времени и включающий в себя отдельные взаимосвязанные высказывания, которые в целом составляют какой-либо цельный и законченный рассказ, описание, рассуждение или их сочетание.

Где? Когда? Зачем? Почему?





Нарисуйте таблицу. Знакомясь с материалом занятия, восполните недостающую информацию.

Вид речи	Цель и характеристики	Жанры	Принципы создания
Информационная	Цель – познать и усвоить новое		
Убеждающая		– политическая, экономическая программы; парламентские выступления; – обвинительная, защитительная, самозащитительная речь	
Призывающая к действию	Характеристики: – сочетание мотивации и психологических способов воздействия; – соответствие аудитории; – конкретные примеры как дополнение к лозунгам; – обращение к фактам, вызывающим эмоции, а не к самим эмоциям (отказ от банальных призывов)		
Развлекательная и сокровенная			– интуитивно-эмоциональное начало; – речевая чрезмерность
Воодушевляющая			– принцип сдержанной патетики (факты, вызывающие эмоции, а не сами эмоции); – предупреждение штампов и клише

Информационная речь

Цель и характеристики	Жанры	Принципы создания
– познать и усвоить новое а) рассуждение = объяснение; б) описание = детальное рассмотрение предмета; в) повествование = ряд событий	– <i>сообщение</i> (хроникальное или научное); – <i>доклад</i>; – <i>лекция</i> (академическая или научно-популярная); – <i>обозрение</i> или <i>обзор</i>	1. «Резервные знания». 2. Жёсткость в отборе фактов. 3. Связь известного и нового. 4. Отражение динамики мышления. <i>Популяризация научной информации:</i> а) отбор языковых средств и объяснение новых слов; в) «ключевой образ» изложения: от абстрактного – к конкретному, к иллюстрации; г) доходчивые, яркие, умелые примеры.
Характеристики: – актуальность информации; – отсутствие спорных моментов; – элементы, пробуждающие любознательность; – удовлетворение информационно-интеллектуальных ожиданий		

Убеждающая речь

Цель	Жанры	Принципы создания
– логическими доводами доказать или опровергнуть какое-то положение Потребности (по А. Маслоу): а) физиологические; б) в безопасности, уверенность в будущем; в) принадлежность к общности; г) в уважении, признании; д) в самореализации; духовные потребности.	– политическая и экономическая программы; – парламентские выступления; – обвинительная речь; – защитительная речь; – самозащитительная речь	1. Сочетание рационально-логического и эмоционально-риторического в аргументах. 2. Сочетание рассуждения и внушения. 3. Воздействие на сознание: а) внимание (через необычность); б) интерес (через удовлетворение потребностей); в) желание (через внушение достижимости цели); г) действие (через подсказку поступка). <i>Принципы подачи аргументов:</i> а) пирамидальный (от средних к сильным); б) антипирамидальный (от сильных к средним); в) сильные – средние – самый сильный («фактор края»).

Развлекательная и сокровенная речь

Цель	Жанры	Принципы создания
– интерес как самоцель (развлечь и порадовать)	<i>– комическая речь;</i> <i>– драматическая речь;</i> <i>– застольная речь (тост)</i>	1. Доминирование юмористической тональности. 2. Калейдоскопичность приемов комического. ***** <i>Для сокровенной речи:</i> 1. Интуитивно-эмоциональное начало. 2. Речевая чрезмерность.

Речь, призывающая к действию

Цель и характеристики	Жанры	Принципы создания
– прямой или косвенный призыв к действию Определяющие факторы: – актуальность темы; – способность слушателей к действию; – сила оппозиции; – связь программы действия с возможностью реализации потребностей Характеристики: – сочетание мотивации и психологических способов воздействия; – соответствие аудитории; – конкретные примеры как дополнение к лозунгам; – обращение к фактам, вызывающим эмоции, а не к эмоциям (отказ от банальных призывов)	– <i>политическое выступление (воззвание, лозунг);</i> – <i>коммерческое воззвание;</i> – <i>оперативное слово на митинге;</i> – <i>личностные призывы</i>	1. Комплексная мотивация (апелляция к нескольким потребностям). 2. Преобладание позитивной формы призыва. 3. Максимальная конкретизация ожидаемой деятельностной реакции. 4. Представление о простоте и легкости предлагаемых действий.

Воодушевляющая речь

Цель	Жанры	Принципы создания
– обратить внимание слушателей на уже известное, но не до конца осознанное, воздействовать на чувства, активизируя духовную жизнь.	<i>– военно-патриотическое выступление; – приветственная, похвальныйная, поминальная речь</i>	1. Принцип сдержанной патетики (факты, вызывающие эмоции, а не сами эмоции). 2. Предупреждение штампованности, установка на искренность, отбор украшающих элементов. 3. Панегиричность, исключение из речи критики.

Проверьте себя.

Вид речи	Цель и характеристики		Жанры	Принципы создания	
Информационная	– познать и усвоить новое	Характеристики: – актуальность информации; – отсутствие спорных моментов; – элементы, пробуждающие любознательность; – удовлетворение информационно-интеллектуальных ожиданий	– сообщение (хроникальное, научное); – доклад; – лекция (академическая, научно-популярная); – обозрение/обзор	– «резервные знания»; – жёсткость в отборе фактов; – связь известного и нового; – отражение динамики мышления	Популяризация научной информации: – ясность, доступность языка и объяснение новых слов; – «ключевой образ» изложения: от абстрактного – к конкретному; – доходчивые, яркие, умелые примеры, иллюстрации
Убеждающая	– логическими доводами доказать или опровергнуть какое-то положение	Апелляция к человеческим потребностям Потребности (по А. Маслоу): а) физиологические; б) в безопасности, уверенность в будущем; в) принадлежность к общности; г) в уважении, признании; д) в самореализации; духовные потребности	– политическая, экономическая программы; парламентские выступления; – обвинительная, защитительная, самозащитительная речь	– сочетание рационально-логического и эмоционально-риторического в аргументах; – сочетание рассуждения и внушения; – воздействие на сознание слушателя через внимание, интерес, желание или действие	Принцип подачи аргументов: а) пирамидальный (от средних – к сильным); б) антипирамидальный (от сильных – к средним); в) сильные – средние – самый сильный («фактор края»)
Призывающая к действию	– прямой или косвенный призыв к действию	Характеристики: – сочетание мотивации и психологических способов воздействия; – соответствие аудитории; – конкретные примеры как дополнение к лозунгам; – обращение к фактам, вызывающим эмоции, а не к самим эмоциям (отказ от банальных призывов)	– политическое воззвание, лозунг; – коммерческое воззвание; – оперативное слово на митинге; – личные призывы	– комплексная мотивация (апелляция к нескольким потребностям); – преобладание позитивной формы призыва;	– максимальная конкретизация ожидаемого действия; – представление о простоте и легкости предлагаемых действий
Развлекательная и сокровенная	– интерес как самоцель (развлечь и порадовать)		– комическая речь; – драматическая речь; – застольная речь (тост)	– доминирование юмористической тональности; – калейдоскопичность приемов комического	– интуитивно-эмоциональное начало; – речевая чрезмерность
Воодушевляющая	– обратить внимание слушателей на уже известное, но не до конца осознанное, воздействовать на чувства, активизируя духовную жизнь		– военно-патриотическое выступление; – приветственная, поздравительная, поминальная речь	– принцип сдержанной патетики (факты, вызывающие эмоции, а не сами эмоции); – предупреждение штампов и клише	– установка на искренность; – тщательный отбор украшающих элементов; – панегиричность, исключение из речи критики

Задания



Просмотрите три видеофрагмента.
Проанализируйте их по плану.

План анализа видеофрагментов

1. Сформулировать тему и идею высказывания, определить цель говорящего.
2. Назвать вид монологической речи и её жанр.
3. Указать, какие принципы создания соблюдены.
4. Выявить достоинства и недостатки, дать оценку успеха коммуникативной ситуации.
5. Выделить отличительные особенности стиля речи, речевого поведения говорящего.

Прочитайте стенограммы трёх прослушанных речей.
Выполните задания к ним.

Стенограмма 1

– Господа унтер-офицеры! Запомните: стать под пулю – не задача. Храбрость – это терпение. Терпение в опасности – это победа. Русский солдат храбр, стоек и терпелив, потому непобедим. Любите русского солдата. Берегите его. Счастья вам, юнкера!

Задания

Задание 1. Найдите в речи императора обращения. Определите, какое из них сигнализирует об официальном характере ситуации общения, какое употреблено для того, чтобы подчеркнуть искреннюю расположенность говорящего к слушателю.

Задание 2. Определите, какая лексика с точки зрения сферы употребления и экспрессивной окраски преобладает в речи. Какого эффекта достигает говорящий, используя её?

Задание 3. Назовите слово, которое является ключевым в речи. Какие средства выразительности помогают запечатлеть его в сознании слушателя?

Задание 4. Найдите в тексте речи глаголы, определите их формы. Скажите, с какой целью говорящий их употребляет.

Задание 5. Приведите примеры использования в тексте речи стилистических фигур экспрессивного синтаксиса. Поясните, с чем связано их употребление.

Стенограмма 2

– Друзья мои! Сегодня мы с вами выпиваем не просто так. Сегодня мы выпиваем по поводу. Повод этот весьма значительный – день рождения нашего дорогого друга Гоши.

Удивительной скромности человек...

Товарищи, ну, я думаю, что нет нужды здесь говорить о всех достоинствах нашего дорогого именинника...

Гоша, неужели за этим столом присутствуют люди, которые не знают о всех твоих достоинствах? В таком случае я хотел бы выпить за его руки. Вот на вид это обыкновенные человеческие руки, но это, товарищи, только кажущаяся видимость. На самом деле перед вами руки золотые – ну, в смысле «золотые руки».

Перед вами, товарищи, слесарь с большой буквы «Сэ». *Вот у нас в инст..туте есть канд..даты да даже доктора которые с моей точки зрения еще 10 лет назад могли(бы) спокойно уйти на заслуж..ный отдых и (н..)кто бы н.. заметил их отсутствия до сегодн..шнего дня. А вот когда в прошлом году Гоша лег в больницу я прошу прощения у дам за столь интимную подробность ему выр..зали а..пенд..цит так вот у нас больш..нство тем зам..рло. А за себя скажу что своей докт..рской д..с..ртац..ей я на сем..десят процентов обязан пр..бору который сделал Георгий Иванович. И я думаю, что мое мнение могли бы разделить... ну, половина докторов нашего института.*

За твои руки, дорогой!

Задания

Задание 1. Найдите в тексте обращения. Охарактеризуйте их с точки зрения ситуации формального/неформального общения. Объясните их обилие в речи.

Задание 2. Найдите в речи фрагмент, в основе которого лежат такие стилистические фигуры, как анафорический повтор, антитеза и анадиплосис. Скажите, какого эффекта достигает говорящий, используя их.

Задание 3. Назовите фразеологизм, вокруг которого строится тост.

Задание 4. Укажите языковые средства и фигуры речи разговорного стиля, которые свидетельствуют о спонтанности, неподготовленности и непринужденности ситуации общения.

Задание 5. Найдите в тексте и исправьте речевые и грамматические ошибки. Подумайте, почему режиссёр фильма их допускает.

Задание 6. Предположите, почему в конце речи говорящий называет своего друга не Гошей, а Георгием Ивановичем.

Задание 7. В выделенном фрагменте текста вставьте пропущенные буквы, раскройте скобки, расставьте недостающие знаки препинания. Дайте синтаксическую характеристику конструкциям, придающим эмоционально-экспрессивную окраску высказыванию и отражающим «языковую свободу» говорящего.

Стенограмма 3

Озвученный перевод	Субтитры
– Собираясь на пробежку, вы не становитесь перед зеркалом и не думаете, понравится ли ваш наряд асфальту. Вам не нужно выслушивать его шутки и смеяться в ответ. Вам не стало бы легче бежать, будь вы одеты откровеннее. Асфальт не замечает, покрашены ли у вас губы, ему все равно, сколько вам лет. Вы не испытываете неудобства, что зарабатываете больше. И вы можете встретиться с ним, когда сами этого захотите. И не важно, сколько времени прошло: день или всего пару часов – после свидания. Самое главное – чтобы вы время от времени выходили на пробежку. «Найк» – это не игра. Это спорт.	– Перед пробежкой вы не тратите время на зеркало и не думаете, что подумает дорога о том, как вы выглядите. Вам не приходится выслушивать её шуточки и делать вид, что вам смешно. Успех вашей пробежки не зависит от того, насколько сексуально вы одеты. Дороге все равно, покрашены ли у вас губы, все равно, сколько вам лет. Вы не чувствуете напряжения от того, что зарабатываете больше других. И вы можете бегать всегда, когда вам это нужно. Может, через день, а может, через пару часов после вашего последнего свидания. Дороге нужно лишь, чтобы вы хоть иногда приходили к ней. «Найк» – никаких игр. Только спорт.

Стенограмма 3

Задания

Задание 1. Опираясь на текст рекламы, определите её целевую аудиторию (пол, возраст, социальный статус, семейное положение).

Задание 2. Какой вариант перевода, на ваш взгляд, более удачный? Обоснуйте свой ответ.

Задание 3. Содержит ли текст рекламы глаголы в форме повелительного наклонения? Как вы думаете, почему?

Задание 4. С какой целью в рекламе много раз повторяется местоимение «вы»?

Задание 5. Назовите языковой(-ые) прием(-ы), лежащий(-ие) в основе текста рекламы.

ТВОРЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ

Задание 1. Составьте развлекательную, или воодушевляющую, или призывающую к действию монологическую речь и выступите с ней перед аудиторией.

Задание 2. Представьте игровую ситуацию общения с клиентом-покупателем на условиях, оговоренных ниже (см. следующий слайд).

Ориентируясь на адресата, подберите аргументы для успешной продажи дома и составьте речь, побуждающую к покупке.



Задание. Распределите аргументы между героинями, добавьте свои варианты:



- а) большая площадь дома для балов и приёмов, с просторной детской, кабинетом, библиотекой и удобными комнатами для господ;
- б) большая площадь дома для кухни, подсобных помещений, погребов, мастерских, людских и столовой;
- в) усадебный дом для охоты, развлечений и отдыха на природе в атмосфере уединения и романтики;
- г) усадебный дом для жизни барина и трудов в родных местах;
- д) ...