

PRIVIRE DE ANSAMBLU

Un discurs are trei părți principale:

1. Introducere: Captează atenția audienței, îi orientează pe ascultători către subiectul tău și îi pregătește pentru discurs.

2. Cuprins: Conține cel puțin 75% din informația despre care vei vorbi; este divizată în 3-5 puncte principale; fiecare punct principal este clar formulat și sprijinit de către puncte secundare care conțin studiul tău și materialul de suport.

3. Concluzia: Face o trecere în revistă a punctelor tale principale și asigură încheierea prin sfârșirea cu o ultimă, puternică afirmație. Transmiterea unui discurs este cu efect când vorbitorul cunoaște bine materialul, menține contactul vizual cu audiența, utilizează o varietate de schimbări (tonalități) ale vocii și dă impresia că se comportă natural.

Transmiterea unui discurs este cu efect când vorbitorul cunoaște bine materialul, menține contactul vizual cu audiența, utilizează o varietate de schimbări (tonalități) ale vocii și dă impresia că se comportă natural.



Tipuri de discurs

Un discurs informativ, relatare orală, lectură sau seminar: Destinate să explice, să instruiască, să caracterizeze, să clarifice, să demonstreze sau să învețe.

Discursurile convingătoare, dezbaterile, prezentările de vânzări, și predicile: Influențează,

conving, motivează, vând produse, sfătuiesc (propovăduiesc) sau îndeamnă la acțiune.

Discursul evocativ: Amuză, inspiră sau ajută ascultătorii să sărbătorească, să-și ia un angajament sau să comemoreze.

Discursul improvizat:

1. Ți se cere să vorbești sub impulsul momentului, cu timp de pregătire puțin sau deloc.

2. Poți face asta cu succes gândindu-te la două sau trei puncte principale în drumul tău spre pupitru.

Povestirea - amplifică acele identități culturale prin construirea unei înțelegeri a tradiției, principiilor morale, valorilor, Țintelor și dorințelor comune.

SCHIȚA DE BAZĂ A UNUI DISCURS

I. Introducerea

- A. Captarea atenției
- B. Importanța
- C. Credibilitatea
- D. Ideea centrală a discursului
- E. Avanzpremiera (O primă privire de ansamblu)
- F. Tranziția către primul punct principal

II. Cuprinsul

A. Primul punct principal

- 1. Primul subpunct și materialul de suport
- 2. Tranziție prin închiderea primului punct principal și deschiderea celui de-al doilea punct principal

B. Al doilea punct principal

- 1. Primul subpunct al acestei secțiuni și materialul de suport
- 2. Al doilea subpunct și materialul de suport
- 3. Tranziția prin închiderea celui de-al doilea punct principal și deschiderea celui de-al treilea

C. Al treilea punct principal

- 1. Primul subpunct al acestei secțiuni și materialul de suport
- 2. Tranziția către concluzie

III. Concluzia

A. Trecerea în revistă a punctelor principale

B. Ultima afirmație

IV. Bibliografia (lista materialelor utilizate în cuvântare)

STUDIAZĂ-ȚI AUDIENȚA

Analizează demografia și atitudinea audienței tale:

- 1. Stabilește cum vei adresa informația în relație cu vârsta, sexul, etnia și statutul social al audienței tale.
- 2. Anticipează dacă audiența ta va fi de acord, va rămâne neutră sau nu va fi de acord cu mesajul tău.
- 3. Gândește-te la reacția audienței la mesajul tău și structurează-ți cuvintele și ideile în raport cu aceasta.
- 4. Ai în vedere vârsta audienței tale și cunoștința despre tema ta va afecta modul în care îți vei contura mesajul.

