

Т.А. Воронцова

**РИТОРИКА
КАК ПУБЛИЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ**



Ижевск 2009

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Воронцова Татьяна Александровна

Риторика как публичная коммуникация

Учебное пособие

Ижевск 2009

УДК 811.161.1(043)
ББК 81.411.2я431
Р 894

Рекомендовано к печати учебно-методическим советом УдГУ.

Р 894 Воронцова Т.А. Риторика как публичная коммуникация. Учебное пособие. – Ижевск, 2009. – 133 с.

ISBN

Данное пособие ориентировано на принципы современной теории речевой коммуникации. В основе курса лежит система общериторических законов, сознательное владение которыми обеспечивает создание риторических произведений.

Пособие включает в себя не только теоретический материал, но и практические задания и упражнения

Данное пособие может быть полезно не только вузовским преподавателям, аспирантам, магистрантам и студентам, но и теле- и радиожурналистам, спичрайтерам, специалистам по рекламе, словом, всем, кто так или иначе связан с публичной коммуникацией.

ISBN

УДК 811.161.1(043)
ББК 81.411.2я431

© Удмуртский государственный университет, 2009

© Воронцова Т.А., 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ



ПРЕДИСЛОВИЕ.....	8
ВВЕДЕНИЕ	10
Глава I. ФОРМИРОВАНИЕ РИТОРИКИ КАК НАУКИ	12
1.1. История риторики	12
1.2. История русской риторики.....	14
1.3. Современная риторика	15
1.4. Риторика в России в XX-XXI вв.	20
1.5. Типология риторических произведений.....	21
1.6. Риторический канон: этапы создания риторического произведения	24
Глава II. ИНВЕНЦИЯ (изобретение)	25
2.1. Характеристики аудитории.....	25
2.2. Риторический тезис.....	29
2.3. Риторическая аргументация.....	37
Глава III. ДИСПОЗИЦИЯ (композиция речи).....	40
3.1. Вступление.....	40
3.2. Основная часть	46
3.3. Заключение	49
Глава IV. ЭЛОКУЦИЯ (выражение)	57
4.1. Использование фактического и наглядного материала	57
4.2. Использование языковых средств в риторическом произведении	61
4.2.1. Принципы выбора языковых средств	61
4.2.2.Специфика использования лексических средств.....	64

4.2.3. Специфика использования морфологических средств	69
4.2.4. Специфика использования синтаксических средств.....	72
4.3. Оценка в риторическом произведении	74
4.4. Средства речевой выразительности	77
4.5. Средства диалогизации монолога	85
ГЛАВА V. МЕМОРИЯ (подготовка к выступлению)	89
5.1. Подготовка и использование текста выступления	89
5.2. Помещение для выступления.....	90
ГЛАВА VI. АКЦИЯ (произнесение речи)	92
6.1. Дикционная культура ораторского выступления	92
6.2. Ораторская лихорадка	94
6.3. Установление контакта с аудиторией	97
ГЛАВА VII. СПОР КАК РИТОРИЧЕСКИЙ ЖАНР	101
7.1. Виды спора.....	101
7.2. Приёмы спора	103
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	108
ЛИТЕРАТУРА	109
ПРИЛОЖЕНИЕ	114

ПРЕДИСЛОВИЕ

Данное пособие представляет собой апробированный в течение 10 лет вузовский курс риторики.

Необходимость издания данного учебного пособия обусловлена прежде всего тем, что, хотя курс риторики в качестве учебной дисциплины фигурирует в программах высших учебных заведений более 10 лет, единая концепция преподавания данной дисциплины до сих пор отсутствует.

Данное пособие ориентировано на принципы современной теории речевой коммуникации. В основе курса лежит система общериторических законов, сознательное владение которыми обеспечивает создание риторических произведений.

Коммуникативный подход классическому риторическому канону позволил выработать четкий и компактный пошаговый алгоритм формирования коммуникативно ориентированного текста.

Главная цель данного курса – выработать систему умений и навыков эффективного речевого взаимодействия с множественным и массовым адресатом. Для достижения указанной цели важно овладеть как аналитическими методами риторической деятельности (метод риторического анализа чужого высказывания, метод анализа речевого поведения, метод самоанализа), так и синтетическими (метод создания собственного высказывания, метод выбора адекватного речевого поведения и самоконтроля).

Задачи пособия (и соответственно, представленного здесь курса риторики) сугубо прагматические.

Во-первых, дать представление о том, как готовится публичное выступление, какие требования предъявляются к выбору темы, формулировке названия, структуре ораторской речи, форме изложения материала в зависимости от речевого жанра риторического произведения и коммуникативной ситуации.

Во-вторых, научить *риторически* грамотно писать текст выступления, т.е. использовать речевые и языковые средства для взаимодействия с множественным адресатом.

В-третьих, показать, как эффективно пользоваться этим текстом в процессе произнесения речи.

Пособие включает в себя не только теоретический материал, но и практические задания и упражнения

Концепция, представленная в данном пособии обеспечивает максимальную универсальность данного курса.

Во-первых, теоретический материал может служить основой для курса лекций по риторике для студентов как гуманитарных, так и негуманитарных факультетов. При этом практические задания, данные в приложении, направлены на закрепление теоретического материала и могут использоваться на практических занятиях в качестве тренировочных и контрольных упражнений.

Во-вторых, содержание и структура материала в значительной степени ориентированы на самостоятельное освоение курса. В современных условиях, когда возрастает роль дистанционного образования, этот аспект представляется чрезвычайно важным. В этом случае практические задания, данные в приложении, могут быть использованы для индивидуальных тренингов.

По этой причине данное пособие может быть полезно не только вузовским преподавателям, аспирантам, магистрантам и студентам, но и теле- и радиожурналистам, спичрайтерам, специалистам по рекламе, словом, всем, кто так или иначе связан с публичной коммуникацией.

ВВЕДЕНИЕ

Разговор о проблемах современной риторики невозможен без более или менее четкого определения того, что сегодня мы вкладываем в содержание этого понятия.

Вернувшись после почти столетнего перерыва в современный научный и околонучный обиход, риторика вызвала к жизни множество концепций, теорий и подходов. Появившееся в последнее десятилетие огромное количество самых разнообразных практических и теоретических пособий по риторике отнюдь не проясняют ситуацию. Разброс сведений, которые, по мнению каждого автора, должны быть непременно включены в сферу риторики, поражает своей широтой и разнообразием. В риторику включается все, начиная от языка жестов и тела, кончая нормами современного русского языка. Риторика по отношению к гуманитарным дисциплинам стала, почти как Пушкин, «наше все», но не в смысле ценности, а в смысле объема.

Однако включение риторики в учебные программы с жестко ограниченным объемом часов ставит перед любым преподавателем сакраментальный вопрос о том, что же изучать в этом курсе. Поэтому, несмотря на обилие разных и разнообразных программ и пособий, каждый преподаватель, как правило, решает сам, какими принципами руководствоваться при отборе материала.

Ситуация осложняется тем, что на эту дисциплину претендуют и психологи, и социологи, и историки, и философы. В результате в современном российском образовательном пространстве риторика представляется «империей без императора»: наукой без определенного предмета исследования. При этом упускаются из виду два важнейших момента: во-первых, современная риторика базируется на основе теории коммуникации, во-вторых, коммуникация – это, в первую очередь, речь (язык).

Данное пособие ориентировано не столько на принципы классической риторики, позволяющие представить риторику исключительно как науку о красноречии, об ораторском искусстве, сколько на принципы современной теории речевой коммуникации. Именно эти принципы лежат в основе концепции, представленной в данном пособии. Риторика представлена здесь прежде всего как коммуникативная лингвистическая дисциплина.

Коммуникативно-прагматический подход к риторике определяет содержание и структуру данного пособия. Сведения из истории классической риторики представлены в том объеме, который позволяет показать, как и почему менялось содержание риторики, что явилось теоретической основой формирования современной риторики.

Впервые по сравнению с существующими пособиями по риторике основное внимание уделено использованию языковых и речевых средств в публичной коммуникации. Показать, как «работают» языковые и речевые средства в процессе публичного речевого взаимодействия, – одна из ключевых задач данной работы.

Глава I. ФОРМИРОВАНИЕ РИТОРИКИ КАК НАУКИ

1.1. История риторики

Современный человек имеет о риторике как о науке весьма смутное представление, хотя ее история насчитывает уже 2,5 тыс. лет.

Риторика возникла в V в. до н.э. в Древней Греции. Главным содержанием античной риторики была теория аргументации в публичной речи. Первыми теоретиками риторики в античной Греции были софисты, в интерпретации которых риторика была наукой об убеждении кого угодно в чем угодно.

Платон, критикуя ложную риторику софистов, полагал, что искусство речи может основываться только на философии, служащей истине, благу, богам. Платон ставил во главу угла диалектику – особую речевую манеру, когда участники диалога объединены общей целью – поиском истины. Большое значение в античной риторике придавалось личности оратора. Согласно античным теоретикам риторики, ритор должен быть прежде всего «философски образованным человеком», «истинным же оратором может быть только мудрец». Таким образом, в теории Платона самым важным считался этический аспект риторического произведения.

Аристотель (384-322 до н.э.) определил риторику как «способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета». Задача риторики, по мысли Аристотеля, состояла в том, чтобы нравственные принципы, на которых должна основываться общественная жизнь, стали более убедительными, чем эгоистические и материально-практические соображения: «Риторика полезна, потому что истина и справедливость по своей природе сильнее своих противоположностей, а если решения поставляются не должным образом, то истина и справедливость необходимо побеждаются своими противоположностями, что достойно порицания». Несмотря на то, что теоретики античной риторики внесли

существенный вклад в разработку лингвистических принципов создания риторического произведения, все же древнегреческая риторика была обращена не столько к лингвистике, сколько к логике, философии и этике.

В Древнем Риме риторика стала одной из основных образовательных наук. Она была приспособлена к нуждам римского общества и усовершенствована как учебный предмет в сочинениях филолога Марка Теренция Варрона (116-27 до н.э.); оратора и государственного деятеля Марка Туллия Цицерона (106-43 до н.э.); первого профессора римской риторики Марка Фабия Квинтилиана (35-100 н.э.). После работ Квинтилиана риторика сложилась как устойчивая система научных понятий.

В эпоху поздней античности риторика заняла в системе образования самое высокое место. Школа ритора была высшей школой, где учили активному владению речью. Без риторического образования общественная карьера была невозможна.

Христианство сохранило и адаптировало к новой религии сильные стороны античного наследия. Латиноязычная риторическая культура была важной составляющей средневекового университетского образования.

В средние века развивается богословская риторика. В византийской и западноевропейской средневековой риторике основное внимание уделялось проповеди и богословской полемике.

В XVII-XIX веках риторику стали понимать как науку об аргументации преимущественно в письменной речи: общественное значение ораторской речи в это время снижается, а значение письменной литературы – богословия, религиозной и политической публицистики, философии, исторической прозы, документа – возрастает. В результате все более развивается частная риторика, в которой формулируются правила создания конкретных видов произведений – судебных речей, проповедей, писем, деловых бумаг, исторических, философских, научных сочинений и т.п.

1.2. История русской риторики

Традиции русской риторики как искусства публичной речи уходят в глубокую древность. Риторика известна в Древней Руси, по крайней мере, с XII века («Слово о законе и благодати» митрополита Иллариона, «Слова» Кирилла Туровского).

Первая русская риторика, которая первоначально приписывалась архиепископу Макарию, появилась в первой четверти XVII века, в 1620 г. Она представляет собой свободный перевод риторики Филиппа Меланхтона (1497-1560), профессора греческого языка и теологии. Позже сопоставление текста русской риторики и риторики Меланхтона показало самостоятельность переводческой деятельности неизвестного русского учителя послесмутного времени, дополнявшего текст своими вставками о науке «краснословия и сладгогласия» [Аннушкин 2002].

Особый расцвет риторики происходит в период становления национального русского литературного языка – в XVII – XVIII вв.

В 1748 г. выходит первый оригинальный русский учебник риторики, Это «Краткое руководство к красноречию» М.В. Ломоносова. Полное название этого труда: «Книга, в которой содержится риторика, показывающая общие правила обою красноречия, то есть оратории и поэзии, сочиненная в пользу любящих словесные науки» – свидетельствует о том, что М.В. Ломоносов рассматривает риторику как «словесную науку». Не случайно в его «Кратком руководстве» значительное место уделено работе над языковой формой риторического произведения. М.В. Ломоносов четко разграничивает термины «красноречие» и «риторика»: первое означает «искусство», т.е. способность и умение создавать творческие речевые произведения в целях убеждения, риторика же является «наукой», правилами, теорией.

М.В. Ломоносов включает в сферу интересов риторики не только прозаические, но и поэтические тексты. Он провозглашает и тщательно

разрабатывает работу над языковой формой, сближая риторику со стилистикой, поэтикой и нормативными аспектами языка. Не случайно Е. Клюев заметил: «На XVIII в. пришлось время рокового союза риторики с поэтикой и стилистикой, из которого риторика вышла в большом недоумении, а поэтика и стилистика изрядно обогащенными» [Клюев 2001. С.7].

В начале XIX века русская практическая риторика переживает эпоху расцвета. Появляется множество учебников риторики. Среди руководств по риторике особое место занимают учебники Н.Ф. Кошанского (1784-1831), филолога-классика, переводчика, преподавателя словесности в Царскосельском лицее. Н.Ф. Кошанскому принадлежат две известные работы «Общая риторика» (1829) и «Частная риторика»(1832).

По мнению Н.Ф. Кошанского, «риторика есть наука изобретать, располагать и выражать мысли». «Грамматика занимается словами, риторика – мыслями, поэзия – чувствованиями», – считал Н.Ф. Кошанский.

Другой известной работой по риторике в XIX в. были «Правила высшего красноречия» М.М. Сперанского.

Несмотря на то, что к середине XIX века развитие теоретической риторики притормаживается, практическая риторика в России продолжает развиваться. Конец XIX – начало XX века отмечены в России появлением блестящих ораторов в области судебного красноречия (А.Ф. Кони, Ф.Н. Плевако), в области академического красноречия (Т.Н. Грановский, В.О. Ключевский, А.Е. Ферсман).

1.3. Современная риторика

С середины XIX в. наступает кризис риторики как науки. Этот кризис был связан с тем, что риторика, включая в себя все новые и новые аспекты знания, превращалась в своего рода гуманитарную империю без императора. К середине XIX века у риторики не было основополагающего целевого ориентира, который бы объединил и направил все накопленное риторикой

знание в единое русло. К началу XX века риторика «распадается» на целый ряд гуманитарных дисциплин. В частности, в лингвистике риторика дала начало таким самостоятельным дисциплинам, как культура речи, стилистика, герменевтика, лингвистическая прагматика, лингвистика текста. Каждая из этих наук использовала лишь отдельные категории и понятия риторики. Однако извлеченные из состава научной парадигмы, эти понятия и категории порой трансформировались до неузнаваемости.

И лишь к середине XX века на Западе и в Японии с развитием теории информации происходит синтез и возрождение риторики.

Во-первых, на смену динамическим моделям мира (новое уничтожает старое) пришли информационные, описывающие те или иные стороны жизни не как эволюцию, а как систему с неизменными инвариантами. Это означает, что для полноценного развития необходимо сохранять равновесие в обществе, уметь взаимодействовать со всеми слоями общества.

Во-вторых, информация стала осмысляться как ценный ресурс (кто владеет информацией, тот владеет миром). Способы передачи информации далеко не безразличны. Стала понятна объективная роль речевых технологий в жизни общества. «Понятие «языковая картина мира» вышло за пределы науки о языке. В двадцатом веке многие поняли, что язык – это очки, сквозь которые человек смотрит на жизнь, и захотели подбирать эти очки по своему вкусу. Когда же люди поняли, что удачная метафора способна изменить общественную жизнь скорее, чем мускульные усилия многих людей, успех риторики оказался предрешенным» [Хазагеров 2002].

В-третьих, «в информационном обществе люди едва ли не в большей степени живут в мире слов, чем в мире вещей» [Хазагеров 2002]. Современное существование предусматривает общение человека с компьютером, с разного рода техническими устройствами.

Увеличение информационных потоков порождают новые формы коммуникации, которые, в свою очередь, требуют «окультуривания дискурса», по выражению Г.Г. Хазагерова. Главной проблемой современного

общества является дефицит образцов, и, как следствие, дефицит общественной координации. Современное общество не воспринимает художественную словесность как речевой образец. Сделать язык общим достоянием может только наука о том, как эффективно пользоваться языком. Не случайно Ролан Барт дал риторике следующее определение: «Риторика – эта впечатляющая попытка целой культуры проанализировать и упорядочить формы речи, сделать мир языка понятным для ума».

В середине XX века происходит не просто реанимация идей и методов традиционной риторики, а новое осмысление ее сути и возможностей. Гуманитарные науки, в частности, лингвистика, филология, нуждаются в обобщающей теории. Неориторика, или новая риторика (название введено профессором Брюссельского университета Хаимом Перельманом), сегодня разрабатывается на стыке лингвистики, теории литературы, логики, философии.

Во Франции получила развитие метариторика, которая занимается теорией риторики и интерпретацией ее понятий (во Франции переиздали классические труды по риторике французских авторов XVI-XVIII вв., на них и опираются современные исследователи). В США разрабатывается риторическая методология. Прагматики американцы возвели риторику в ранг государственной идеологии. Это наука, которая насаждается, направляется и охраняется государством. Риторика по-американски – это учение о целесообразности речи, а значит, самый совершенный инструмент манипулирования общественным мнением. В Бельгии представлены два направления неориторики: это аргументативная риторика Х. Перельмана и его последователей и общая риторика так называемой «группы мю»¹ из Льежского университета (Ж. Дюбуа, Ф. Эделин и др.). В трудах группы «мю» «Общая риторика» и «Риторика поэзии» риторика определяется как дисциплина, изучающая приемы речевой деятельности в различных

¹ Название взято в честь первой буквы греческого слова «метафора», которую представители данной группы считают самой замечательной риторической фигурой).

дискурсах, в том числе и литературном.¹ Японцы развивают риторику как теорию общения. В Японии популярны специальные школы, где обучают общению в семье, на работе, с людьми разных возрастов и т.д.

Появление новой риторики изменило смысл самого термина. Появились новые определения риторики. Французский поэт и теоретик литературы Поль Валери считает, что риторика – это: 1) речевая модификация усвоенного языка; 2) наука о языковых отклонениях; 3) искусство вербальных субституций (сокращений с добавлением), призванных служить оптимизации речи. Известный итальянский специалист в области семантики Умберто Эко полагает, что риторика – это наука о порождении высказываний.

В современной науке термин «риторика» чаще всего употребляется, во-первых, в традиционном, более узком, смысле – как обозначение комплексной дисциплины, изучающей ораторское искусство, во-вторых, как обозначение науки, объектом которой становятся любые разновидности речевой коммуникации с учетом предполагаемого воздействия на получателя сообщения. В этом случае риторика – это фактически теория речевой коммуникации. В состав данной дисциплины входит, с одной стороны, риторика диалога, с другой – риторика монолога, т.е. риторика общения с множественным адресатом.

При таком понимании риторика предполагает два аспекта: 1) умение создать и правильно преподнести аудитории риторическое произведение (речь); 2) умение правильно воспринимать риторическое произведение. Первый аспект подразумевает приобретение навыков составления и произнесения речи, второй – приобретение навыков анализа чужой речи. Этот аспект подразумевает два уровня восприятия речи: что сказано и для чего. Такой подход позволяет избежать манипулирования людьми, увидеть истинные намерения говорящего. Как известно, устная речь обладает

¹ Дискурс – это связный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами или же речь как целенаправленный социальный компонент взаимодействия людей и механизмов их сознания.

большой убеждающей силой, чем письменная, у нее больше возможностей, как вербальных, так и невербальных. (Ли Якокка – легендарный американский менеджер и промышленник – принимал важные проекты только в письменном виде).

Современная риторика – это наука об эффективной коммуникации с множественным адресатом, поэтому на каждом этапе создания риторического произведения его автор держит в поле зрения основные параметры коммуникации. Самая известная линейная модель коммуникации, сформулированная в 1948 г. американским социологом Г.Д. Лассуэллом, выглядела так: «КТО сообщает – ЧТО – по какому КАНАЛУ – КОМУ – с каким ЭФФЕКТОМ?» [Lasswell 1949]. Классическая коммуникативная модель Р. Якобсона, как известно, включает следующие компоненты: **адресант, адресат, сообщение**, которое направляется адресату, **код**, с помощью которого написано сообщение, **контекст**, который связан с передаваемой информацией, и **контакт**, который связан с регулятивной функцией [Якобсон, 1985]. Ж. Дюбуа, Ф. Эделин и др. несколько трансформировали данную модель, считая, что «сообщение – это не что иное, как результат взаимодействия пяти основных факторов, а именно, отправителя и получателя, входящих в контакт посредством кода по поводу референта» [Общая риторика, 1986, с. 54]. В дальнейшем эта модель дополнилась рядом других компонентов, например, С.М. Эрвин-Трипп включает в модель коммуникации время, место, социальные условия и функции общения [Эрвин-Трипп 1975]. Однако основные параметры модели, как правило, остаются неизменными: КТО СООБЩАЕТ? КОМУ СООБЩАЕТ? ЧТО СООБЩАЕТ? КАК СООБЩАЕТ? ДЛЯ ЧЕГО СООБЩАЕТ?

Следовательно, сегодня риторика – это не столько наука о красноречии, сколько наука «о речевой целесообразности, т.е. об осознанном и корректном речепроизводстве» [Клюев 2001. С.2]. *Риторика*

изучает правила речевого взаимодействия в различных коммуникативных ситуациях.

1.4. Риторика в России в XX-XXI вв.

В отличие от западной риторики, преодолевшей кризис к середине XX века, в России «риторический вакуум» существует почти до 90-х годов XX века. Причина в том, что риторика, ее развитие тесно связаны с социально-политической ситуацией в обществе (так же, как все другие дисциплины, имеющие отношение к коммуникативной функции языка). После революции 1917 г. Россия существует как тоталитарное государство. А тоталитарному государству риторы не нужны: убеждение заменяется приказом. Более того, само слово «риторика» становится почти ругательным. Если словарь В.И. Даля определяет риторику как науку красноречия, изящесловие, то вышедший в 1931 г. словарь Д.Н. Ушакова дает риторике два определения: 1. Теория ораторского искусства; 2. Напыщенная речь, в которой красивые слова и фразы скрывают ее бессодержательность (книжн., неодобр.).

В условиях повсеместного господства официально-делового стиля – языка штампов и клише – риторика была не только не нужна, но и опасна. Все публичные выступления того времени: речи, доклады – «близнецы-братья» в языковом отношении. Это не было недосмотром или результатом недостаточной образованности, это была государственная языковая политика. Силу слова в авторитарном государстве осознавали всегда. Не случайно практические рекомендации по риторике были доступны лишь избранным. Не случайно столь популярные сегодня книги Д. Карнеги в 70-х годах XX века издавались в России с грифом «секретно».

При этом язык хуже не стал. Это подтверждается развитием русской художественной литературы, широким использованием возможностей языка в разговорном стиле и т.д. Как известно, язык – это система, а речь – реализация этой системы. Речь – это реализация коммуникативных возможностей языка. На современном этапе мы не видим, не ощущаем слово

как средство воздействия на духовную, социальную и культурную жизнь общества. В результате к концу XX–нач. XXI века в России создалась парадоксальная ситуация: имея богатейший арсенал языковых средств, мы не умеем его использовать. Сегодня в России есть свобода слова, есть высокий уровень технических средств массовой информации (огромная аудитория), и нет людей, умеющих говорить, способных убедить словом.

Русский риторический образец как самостоятельную ценность сохраняли сферы, отстраненные от политической жизни. Это церковь, поскольку риторика как дисциплина в духовных учебных заведениях преподавалась всегда. Отчасти риторическую традицию сохраняет академическая наука.

1.5. Типология риторических произведений

Основные параметры коммуникации (кто сообщает – кому сообщает – что сообщает – как сообщает – для чего сообщает) позволяют выделить в публичном общении несколько типов дискурса, которые характеризуются особым стилем речи, набором определенных языковых средств, композицией.

1. Академическое красноречие. Существует несколько видов академического красноречия: лекция (учебная), научный доклад, научный обзор, научное сообщение, научно-популярная лекция. В риторическом произведении данного типа обязательно должны быть заданы цель, объяснены конкретные задачи, описаны объект и предмет исследования.

2. Судебное красноречие известно еще с античности. В России получило развитие только после судебной реформы 1864 года, когда слушание дел стало гласным, процесс состязательным. Обычно выделяют прокурорскую, или обвинительную речь и речь адвокатскую, защитительную. Выяснить, доказать и убедить – три взаимосвязанные функции, определяющие форму и содержание судебной речи.

3. Социально-политическое красноречие имеет следующие виды: доклад (например, на заседании правительства), парламентские дебаты, митинговая речь, военно-патриотическая, дипломатическая, агитаторская речь, политическое обозрение.

4. Социально-бытовая речь, – по определению античных риториков, эпидейктическая, или торжественная, – имеет такие разновидности, как юбилейная (посвященная знаменательной дате, произнесенная в честь отдельной личности), приветственная, застольная (тост), произносимая как на официальных, например, дипломатических приемах, так и во время бытовых праздничных застолий, и надгробная (некролог), посвященная ушедшему из жизни человеку. Все разновидности социально-бытовой речи объединяет одно: в них принято говорить лишь о положительных сторонах события или личности, поэтому неотъемлемой чертой таких речей является использование эмоционально-экспрессивных языковых средств и изобразительно-выразительных средств языка.

5. Духовное (церковно-богословское) красноречие. Выделяют проповедь (слово), произносимую с церковного амвона и соединенную с богослужением, с церковным действием, и официальную речь, адресованную самим служителям церкви или другим официальным лицам.

Все рассмотренные типы красноречия не изолированы друг от друга. Они не образуют замкнутых систем, между ними существует активное взаимодействие.

В зависимости от целевой установки (намерения говорящего) выделяют следующие виды речей.

1. Информативная. Цель оратора – сообщение новой для данной аудитории информации. Примером такой речи является академическая лекция. В такой речи необходимо обозначить предмет, объяснить термины, соблюдать причинно следственную связь.

2. Убеждающая – классическая ораторская речь. Цель оратора – изменить представление аудитории о предмете речи.

Здесь важна эмоциональность оратора, примеры, действующие на чувства аудитории (риторические вопросы, эмоциональная лексика, сравнения, метафоры и т.д.).

3. Побуждающая. Цель такой речи – призыв к действию.

В такой речи оратору важно конкретно указать, что делать, почему, как. В данном случае оратору необходимо сконцентрироваться на мотивировке действия, к которому он побуждает аудиторию. Для таких речей характерна актуальная лексика, понятные, общеупотребительные языковые средства.

По кратности воздействия на адресата выделяют **гомилетику¹ и ораторику**

Гомилетика предполагает возможность многократного воздействия оратора на аудиторию. К ней относятся церковное и академическое красноречие. В последнее время сюда же стали относить пропаганду в средствах массовой информации. Так, выступая с курсом лекций, преподаватель не обязан каждый раз сообщать задачу своего курса, показывать важность изучаемого предмета и т. п. Достаточно сделать это на первой лекции. Каждая следующая лекция вносит нечто свое в решение общей проблемы, является фрагментом в общей картине, создаваемой выступающим.

Ораторика предполагает однократное воздействие на аудиторию, поэтому каждая речь здесь должна быть достаточно завершенной. Традиционно ораторика – это судебные, бытовые и социально-политические речи. Социально-политическое красноречие можно разделить, в свою очередь, на административную риторику, дипломатическую риторику, парламентскую риторику и т. д.

¹В некоторых пособиях по риторике под гомилетикой понимается только духовное красноречие.

1.6. Риторический канон: этапы создания риторического произведения

В классической риторике выделяют 5 этапов работы над риторическим произведением.

1. Изобретение (**инвенция**) предполагало работу над мыслью речи, отбор содержания будущего выступления. На этом этапе оратор задавался вопросом: что сказать?

2. Расположение (**диспозиция**) представляет собой работу над композицией речи, уточнение соположения частей. На этом этапе шла работа над ответом на вопрос: где сказать?

3. Выражение (**элокуция**) – этап создания собственно текста речи, когда оратор отбирает и организует языковые и речевые средства таким образом, чтобы добиться максимального воздействия на аудиторию. На этом этапе дается ответ на вопрос: как сказать?

4. Запоминание (**мемория**) – это технический этап подготовки, когда оратор размышляет над тем, как донести созданный текст до слушателя: заучивает наизусть или составляет заметки, конспекты и т. п.

5. Произнесение (**акция**) – непосредственно общение оратора с аудиторией.

На этом античный канон заканчивался, но современная риторика считает, что должен быть выделен еще один этап. Это **рефлексия**. Здесь оратор размышляет над произнесенной речью, анализирует удачу и просчеты, делает выводы на будущее.

Первые четыре части канона представляют собой *докоммуникативный этап*, когда идет работа над текстом речи. Произнесение – *коммуникативный этап*, в процессе которого происходит взаимодействие оратора и аудитории. Рефлексия может быть охарактеризована как *посткоммуникативный этап* – анализ проделанной работы.

Глава II.

ИНВЕНЦИЯ (изобретение)

2.1. Характеристики аудитории

Первый этап создания риторического произведения – инвенция – определяет содержание будущего выступления. На этом этапе оратор отвечает на вопрос: что сказать?

Ответ на этот вопрос в современной риторике обусловлен коммуникативной сущностью данной науки.

На этапе инвенции предмет и содержание будущего выступления (ЧТО?) всецело зависят от двух факторов: 1) параметры аудитории (КОМУ?); 2) возможности оратора по отношению к предмету речи (КТО?). Точка пересечения этих двух факторов и определяет тему и предмет будущей речи.

«Вопрос **кому?** – один из важнейших для риторики. Умение точно определить характеристики аудитории позволяет говорящему выбирать нужный жанр, и направление в раскрытии содержания, и композицию, и языковые средства выражения» [Анисимова, Гимпельсон 2002. С.23].

Обозначим 4 группы характеристик аудитории, которые в той или иной степени важны для определения содержания риторического произведения.

1. Объективные характеристики:

1) *демографические (естественные) характеристики*: пол, возраст, национальность;

2) *социальные характеристики*: образование, социальное положение, материальное положение. Сюда же относятся характеристики, которые можно назвать *социально-ситуативными (мигранты, родители, шефы и т.п.)*

2. Интеллектуальные характеристики – это характеристики, отражающие степень подготовленности аудитории по отношению к рассматриваемой проблеме и предполагаемое отношение аудитории к предмету речи:

1) по степени подготовленности аудиторию можно охарактеризовать через оппозицию «специалисты – неспециалисты». Данная оппозиция подразумевает не только и не столько профессиональный статус, сколько степень прямой заинтересованности в предмете речи. Например, если речь посвящена проблемам детской психологии, то социально-ситуативная группа «родители» будет соответствовать характеристике «специалисты»;

2) предполагаемое отношение аудитории к предмету речи можно охарактеризовать через оппозицию «единомышленники» – «неединомышленники». Здесь оратор пытается спрогнозировать, каково отношение к предмету речи у данной аудитории и насколько она готова принять его точку зрения, его оценку данной проблемы.

3. Количественная характеристика аудитории – чрезвычайно важный параметр, влияющий и на отбор материала, и на способ его подачи. По количеству участников общения различают: а) межличностное¹, б) групповое, в) публичное, г) массовое общение.

Групповое общение (малая группа) – от 12 до 30 чел. Выступление в таких группах считается наиболее эффективным. Такая аудитория, как правило, отличается высокой активностью, поэтому допускает «максимально диалогизированные формы публичных выступлений» [Стернин 2003. С. 232]. Специфика группового общения – в наличии обратной связи. «Говорящий может тут же получить точную обратную связь и представить реакцию адресата. Если непосредственная реакция аудитории недостаточно понятна оратору, он легко может вступить в диалог со слушателями и получить необходимую информацию о степени эффективности общения» [Анисимова, Гимпельсон 2002. С.25].

Публичное общение рассчитано на весьма многочисленную и неоднородную аудиторию, объединенную по какому-либо принципу

¹ Межличностное общение подразумевает реплицированную речь, где в диалоге (полилоге) участвуют все коммуниканты, поэтому этот вид общения в данном разделе не рассматривается.

(различные социальные, профессиональные, возрастные группы). Социологи разделяют такие группы на два вида:

1) возникшие стихийно (участники антиправительственного митинга, предвыборного собрания и т.п.). Такие группы образуются в результате временного или случайного совпадения интересов (например, повышение цен на продукты);

2) долговременные (профессиональные, возрастные, этнические и т. п. группы, например, учителя, студенты и т. п.). В этом случае людей объединяют долгосрочные, устойчивые интересы (культура, профессия и т.п.).

При публичном общении возможна лишь упрощенная форма обратной связи (недовольный гул, аплодисменты, свист. Крайние формы проявления такой связи – закидывание оратора цветами или помидорами).

Массовое общение предполагает взаимодействие с аудиторией через средства массовой информации. В данном случае это устные формы коммуникации – радио и телевидение.

А.А. Леонтьев отмечал, что при возрастающей возможности воздействия массовая коммуникация имеет свою специфику, осложняющую такое воздействие.

Во-первых, при массовом общении отсутствует обратная связь. Интерактивные формы общения – не в счет, они не обеспечивают такую связь во время выступления. Оратор не может отслеживать реакцию аудитории и в соответствии с этой реакцией корректировать свое речевое поведение.

Во-вторых, радио- и телевизионная аудитория не просто рассредоточена в пространстве, она рассредоточена психологически, поэтому ее труднее заинтересовать. Такая аудитория не поддается «заражению», в отличие от слушателей, находящихся в зале, когда психологические реакции (смех, гнев и т.п.) передаются всему залу.

В-третьих, через средства массовой информации происходит так называемое дистрибутивное общение: адресант сориентирован на множественного адресата, но рассредоточенность аудитории приводит к тому, что каждый слушатель или зритель адресат воспринимает данное общение как межличностное. Следовательно, ситуация массового общения требует применения специальных способов и приемов, которые позволили бы оратору говорить для всех, как для каждого.

В-четвертых, выступающий должен ориентироваться на очень разный уровень слушателей и зрителей. [Леонтьев 1999. С. 288-290].

При массовом общении дать прогноз относительно состава аудитории практически невозможно. Даже если выступление ориентировано на определенного адресата (молодежь, любители рока, пенсионеры, автомобилисты и т.п.), в числе слушателей могут оказаться люди, далекие от рассматриваемых оратором проблем, другого возраста, другого уровня образования. Оратору необходимо учитывать этот факт. Выступление целесообразно построить таким образом, чтобы не «отсекать» эту часть слушателей, а, наоборот, вовлекать ее в обсуждаемые проблемы.

Все перечисленные характеристики аудитории тесно взаимосвязаны. Степень важности каждой из них определяется конкретной речевой ситуацией и предметом речи¹.

Ответив на вопрос «КОМУ?», т.е. выявив основные параметры и интересы аудитории, оратор решает вопрос «КТО?», т.е. определяет собственную позицию по отношению к аудитории, которая **дает ему в данной речевой ситуации право на речь**. Это может быть профессиональный статус (врач, педагог, артист), социальный статус (начальник, родитель) и т.п. Определение оратором собственного статуса позволяет построить речь таким образом, чтобы она вызывала доверие у слушателей

¹Разумеется, эти характеристики оратор должен держать в поле зрения не только на этапе инвенции.

Предметом будущей речи должен стать конкретный фрагмент действительности, который хорошо известен оратору. Определение темы – это фактически выявление такого аспекта данного фрагмента действительности, который будет интересен данной аудитории. Пример типичной коммуникативной ошибки при выборе темы: известный режиссер во время встречи со зрителями вместо ожидаемого рассказа о своем творчестве: спектаклях и кинофильмах – поведал аудитории о том, как важно вести здоровый образ жизни и каким образом это нужно делать. Разумеется, должного отклика у слушателей эта тема не нашла.

2. 2. Риторический тезис

Далее формулируется основная мысль выступления – риторический тезис. Термин «тезис» по-разному понимается в логике и риторике. В логике тезис понимается как мысль, нуждающаяся в доказательстве. С точки зрения логики, тезисов в тексте может быть несколько. В таких словосочетаниях, как «тезисы доклада», например, речь идет о логическом, а не риторическом понимании термина «тезис».

В традиционной риторике существует понятие *основной логической тезис* или *тезис целого текста*. Это основная мысль, ради обоснования истинности или ложности которой и создается текст. Такой тезис представляет собой суждение, которое состоит из логического подлежащего (темы целого текста и логического сказуемого (предиката темы, ее характеристики). Прежде чем доказывать тезис, оратор должен ответить на следующие вопросы: все ли слова полностью понятны? 2) обо всех, о многих или об отдельных предметах идет речь в тезисе? 3) является тезис истинным, ложным или вероятным? [Матвеева 2003. С. 351-352]. Такое понимание риторического тезиса коммуникативно не ориентировано.

Риторический тезис осмысливается как явление коммуникативное. Его выбор, содержание и формулировка определяются речевой ситуацией, куда включаются такие коммуникативные категории, как адресант, адресат,

референт (предмет речи). Именно поэтому предикативная часть тезиса не может включать в себя широкие (абстрактные) категории и понятия, которые требуют специального уточнения содержания. Например, тезис *Человек – кузнец своего счастья* не может быть раскрыт без конкретизации понятия «счастье», которое, как известно, «каждый понимает по-своему». Вряд ли можно добиться взаимодействия с аудиторией, если говорить о счастье «вообще». Прежде чем доказывать слушателю, что он сам может «ковать» свое счастье, важно знать, а что данный слушатель хочет «ковать»: любовь, деньги, детей или все вместе.

Риторический тезис всегда ориентирован на слушателей. Тезис определяет стратегию риторического произведения, поэтому он формулируется не в виде лозунга и заголовка, а в виде законченного по смыслу суждения. Это должно быть полное предложение с субъектом и предикатом. Даже если тезис не будет эксплицитно предъявлен аудитории, оратор должен сформулировать его грамотно и четко. Содержание тезиса нуждается в коммуникативном тестировании. Сформулировав тезис, оратор должен ответить на вопросы: 1) будет ли понятен тезис данной аудитории? 2) будет ли актуален тезис для данной аудитории? Только при этом условии оратор может направить все доводы и факты на обоснование главной мысли, обеспечить логическое единство речи и целенаправленное воздействие на аудиторию.

Деление логического тезиса в соответствии с требованиями формальной логики возможно только в соответствии с признаком, положенным в основание деления. Так, деревья делятся на хвойные и лиственные; животные – на хищных и травоядных; транспорт – на воздушный, железнодорожный, автомобильный и водный и т.д.

Деление риторического тезиса начинается тоже с логических операций. Формулировка тезиса определяется целью выступления. Главная мысль (риторический тезис) – это ответ на вопрос: в чем главная цель выступления? «Мы концентрируемся в данный момент, по возможности, только на *одной*

мысли... Мы снова и снова представляем себе наших слушателей. Что мы хотим им сказать? К чему мы направляем?» [Леммеран 1999. С. 54-55]. Целеустановка определяет предикативную часть тезиса. Например, цель оратора – убедить выпускников поступать в **этот** университет. Следовательно, риторический тезис может выглядеть следующим образом: «Наш университет – лучший вуз в городе». Для того чтобы раскрыть данный тезис, на первом этапе выделяем аспекты понятия «лучший вуз», актуальные для нашей аудитории: *высокий уровень образования; интересная студенческая жизнь*. Это подтезисы первого уровня. Далее раскрываем каждый подтезис первого уровня, отвечая на вопрос: что дает нам основание для такого утверждения.

Например, подтезис: *В нашем вузе можно получить самое качественное современное образование* может раскрываться через несколько подтезисов второго уровня: 1) *самый высококвалифицированный преподавательский состав*; 2) *современная техническая база*; 3) *активное сотрудничество с зарубежными вузами*. Каждый из этих подтезисов, в свою очередь, раскрывается через подтезисы третьего уровня. Например, подтезис:

в нашем университете самый высококвалифицированный преподавательский состав – раскрывается через ряд подтезисов: 1) *в нашем университете самое большое количество докторов и кандидатов наук*; 2) *только в нашем университете есть известные научные школы и направления*; 3) *только наш университет приглашает известных ученых из других вузов для чтения лекций*. Аналогичным путем раскрываются и остальные подтезисы (см. схему).

Каждый подтезис формулируется как полное повествовательное предложение (суждение), а не как заголовок или вопрос. В результате получается смысловой каркас риторического текста. Содержательные блоки, полученные в результате поуровневого развертывания тезисов первого уровня, могут иметь различную глубину (количество уровней) и значимость. В отличие от логического тезиса, один и тот же риторический тезис может

раскрываться по-разному. Отбор подтезисов и глубина их раскрытия определяется параметрами адресата. Например, если в аудитории присутствуют родители выпускников, то актуальным аспектом будут *более выгодные условия обучения*; если это иногородние выпускники, то *наличие комфортабельного общежития*. Если аудитория – это выпускники физико-математического лица, то подтезис: *В нашем вузе можно получить самое качественное современное образование* – целесообразно раскрывать, рассказывая о конкретных факультетах, кафедрах, ученых и т.д. Таким образом, содержательная сторона риторического произведения может варьироваться в зависимости от коммуникативных параметров.

Если правило единства тезиса не соблюдено, слушатели вряд смогут понять, «что хотел сказать автор». В риторической практике ошибки¹, связанные с нарушением единства риторического тезиса могут быть различны.

1. Так называемая ***потеря тезиса*** – это ***несоответствие основного тезиса*** содержанию выступления, т.е. приводимые оратором аргументы и факты не имеют прямого отношения к заданному тезису. Такая ошибка может быть следствием того, что оратор не осмыслил содержание тезиса. Вместе с тем, потеря тезиса может быть связана с некомпетентностью оратора в данной проблеме или с тем, что оратор не заинтересован в том, чтобы решать данную проблему вместе со слушателями. В этом случае потеря тезиса может быть намеренной и представлять собой манипулятивный прием по отношению к слушателям. Намеренная потеря тезиса – это известная уловка, которой часто пользуются студенты и школьники, если не знают ответа на вопрос. Достаточно вспомнить, как в известной юмореске студент отвечает на вопрос об устройстве радиолампы: *Слово радиолампа не простое слово, а сложное. Оно состоит из двух частей: радио и лампа. Радио изобрел Попов еще до...до... давно тому назад.*

¹ Данная типология риторических ошибок представлена в учебном пособии Т.В. Анисимовой и Е.Г. Гимпельсон «Современная деловая риторика».

До революции радио под гнетом царизма не разговаривало, а теперь радио и электрические лампы есть в каждом доме, в каждой семье...

Второй тип ошибки в терминологии Т.В. Анисимовой и Е.Г. Гимпельсон называется «*лоскутное одеяло*» [Анисимова, Гимпельсон 2002. С. 51]. Суть этой ошибки – в отсутствии у говорящего риторического («генерального») тезиса. В одном выступлении постулируются, но не раскрываются, не аргументируются фактически несколько тезисов. При таком построении речи оратор ограничивается банальными положениями типа *детей надо любить, стариков надо уважать*, не сообщая слушателям ничего нового. Даже если оратор формулирует основные положения своей речи небанально, он не успевает их развернуть, и публика остается в полном недоумении.

В полной мере данный тип риторической ошибки иллюстрирует юмористический рассказ Вл. Владина, написанный в форме выступления на семинаре молодых юмористов.

Дорогие товарищи семинаристы!

Прежде всего я хочу сказать, что юмор надо писать смешно. Можно как исключение писать и не смешно, но тогда получается сатира.

Французский писатель Г.Д. Мопассан говорил, что главное у писателя – глаз. В.П. Катаев, полемизируя с этим французом, сказал, что ухо – главнее. Я согласен, особенно если у кого очки, а не пенсне...

Еще важнее писателю иметь руку. Не важно где.

К чему я это говорю? Я это говорю к тому, что писатель должен активно вторгаться в жизнь. В кино сходить, посидеть у телевизора, иной раз даже книжку почитать. Книжки очень развивают – становишься начитанным культурным человеком. Театр тоже в этом смысле неплох...

Теперь к вопросу о языке. Язык очень важная часть писателя, если он умеет им владеть на семинарах и совещаниях.

Плохо также обстоят дела с краткостью – сестрой таланта. Так, например, по сравнению с последним кварталом прошлого года словам стало

теснее на тридцать процентов, правда, мыслям стало просторней на пятьдесят процентов.

Да, так что же я хотел вам сказать? Писать надо лучше, вот что. Гоголь с Чеховым Антон Палычем как писали? А тоже такие же, как вы, когда-то были молодые, причем люди были не бог весть какого здоровья. А сейчас я иной раз вижу здоровенного парня, кулак с голову пионера, косая сажень в плечах, а написать мало-мальски приличный роман или поэму не может.

Это я к тому говорю, что лучше писать лучше, чем хуже. Хуже писать хуже.

Вот, собственно, и все. Желаю вам счастья в труде, трудовой деятельности и работе.

3. Следующая ошибка – **«утопленный тезис»** – связана с логическим и синтаксическим построением текста. Небрежное языковое оформление текста, отсутствие логических «указателей» приводит к тому, что слушатель никак не может «выловить» основную мысль выступления:

«Вы знаете, образование, и образование среднее в частности, общее образование – это вещь очень консервативная. В этом есть свои минусы несомненные. Я считаю, что есть плюсы, потому что то, что сегодня нет деградации, очень существенной деградации образования, связано с тем, что система, которая работала у нас со своими недостатками, но, тем не менее, неплохая система, она за счет консервативного сохранилась. Другое дело, что эти проблемы, которые возникли в течение 90-х годов главным образом, когда государство из многих социальных сфер, в том числе из образования, ушло. Но, предоставив за это гораздо больше свободы. Так вот, те изменения, которые произошли в образовании за это время, они сегодня начинают проявляться. Вы вспомнили по поводу забастовок, перекрытия дорог из-за того, что просто не выплачивали зарплату, зарплату нищенскую. Что произошло за 2000-е годы? Зарплата увеличилась в рублевом выражении примерно в 5 раз. Это заметные деньги. О задержках

зарплата мы практически не слышим, слышим как о каком-то диком исключении, это связано, скорее, с техническими накладками, чем с системой. Но до сих пор психология учителя заключается в том, что ему возвращают долги. А это очень опасная психология, которая не ориентирована на то, что есть взаимные обязательства. Что учитель сам тоже должен обществу. Я не говорю государству в данном случае даже, я говорю обществу, своим ученикам, родителям своих учеников. И если эта психология сохранится, то, как ни увеличивай зарплату, мы то, что называется деградацией, можем действительно развивать, потому что очень важно, чтобы сегодня менялся подход, чтобы менялась логика отношений учителя к своей работе. Ну и естественно, должно продолжаться усиление внимания государства, общества к учителю, к системе образования, в том числе и улучшение ресурса обеспечения» (из интервью министра образования А. Фурсенко).

Очевидно, что данное выступление посвящено отношениям государства и учителя. Но при этом невозможно понять, какую позицию отстаивает автор, каков его основной тезис. Здесь можно увидеть, по крайней мере, два тезиса. Первый: государство начинает проявлять заботу об учителе; второй: учитель должен изменить отношение к своей работе. Эти тезисы взаимосвязаны, они могут быть объединены в тезис о том, что отношения учителей и государства должны строиться на основе взаимной ответственности. Однако эта мысль не очевидна для слушателей в силу логической и синтаксической невыстроенности текста.

4. **Ассоциативный тип построения речи** характерен для неподготовленного выступления. Если оратор не сформулировал для себя основной тезис, то его речь нередко строится по образцу «якутской песни»: «что вижу, то и пою». «У выступающего совсем нет тезиса. По мере высказывания первой мысли в его голове возникает вторая, из нее вытекает третья и т. д. В начале речи оратор не знает, где окажется в конце» [Анисимова, Гимпельсон 2002. С. 54]. Именно такой тип речи пародирует

М. Задорнов в сатирическом рассказе «Беседа заместителя директора дома отдыха с отдыхающими в день заезда»:

Товарищи! Отдыхать в нашем новом комфортабельном доме отдыха вы должны особенно культурно, потому что он построен в знаменательный год сорокасемилетия со дня начала его строительства! И был сдан комиссии, обрадую, досрочно! На два года раньше, чем построен.

... Итак, прежде всего о номерах... Обрадую! Номера, товарищи, у нас новые, просторные, комфортабельные! Каждый – на двенадцать койкоместов! Поэтому в них категорически запрещается курить, сорить, ходить, а главное – разговаривать, учитывая хорошую слышимость между номерами, а также их плохую проветриваемость из-за отсутствия окон, которые строители второпях сделали не наружу, а между номерами.

И еще... Помните: поскольку строители не во все номера успели врезать замки, уходя из номера даже ненадолго, все свои вещи берите с собой!

Многие интересуются: будут ли выдаваться полотенца? Обрадую! У нас есть своя новая прачечная! Однако, поскольку она встала на капитальный ремонт раньше, чем была построена, полотенца будут выдаваться строго регламентированно: по одному вафельному на номер и по два махровых на три этажа! Я вижу возмущенные лица: мол, а как же ими вытираться? Обрадую! Вытираться вам вообще не придется, потому что вода в наших обоих восемнадцатипятиэтажных корпусах поднимается не выше подвала и только весной.

Лифты, товарищи, у нас тоже новые, просторные и комфортабельные! Однако они не подошли по размерам к нашим шахтам. Вы можете их увидеть отсюда из окна – вон они стоят во дворе. Правда, это не все лифты. Из некоторых мы по-хозяйски сделали пляжные раздевалки. ...

Несколько слов о пляже. Пляж, товарищи, это наша самая большая радость! Просторный, комфортабельный! Однако, поскольку мы его сдаем

в аренду еще двадцати трем домам отдыха, места на нем надо занимать с вечера. А днем загорать осторожно, потому что в целях экономии материалов строители провели по нему железную дорогу. Пассажиры имеют привычку выбрасывать все из окна: пустые консервные банки, бутылки...

Несколько слов о купании. Обрадую! Нет ничего лучше для закаливания организма, чем купание в нашем море. Вот только в этом сезоне купаться в нем никому не советую. В море нынче распространилась очень опасная бактерия. А врач в нашем доме отдыха только один. К тому же молодой специалист, окончивший недавно на тройки Омский политехнический институт.

Ну вот и все! Желаю вам всем хорошо отдохнуть, закалиться, а главное – всем вернуться домой!

Тезисная схема не отражает композицию речи. Последовательность предъявления смысловых блоков, заданных подтезисами первого уровня, может варьироваться в зависимости от параметров аудитории. По вертикали подтезисы каждого смыслового блока связаны между собой причинно-следственными отношениями, т.е. подтезис каждого последующего уровня относится к предыдущему как логический аргумент к логическому тезису.

2. 3. Риторическая аргументация

Как известно, в логике аргументация представляет собой предъявление рациональных доказательств тезиса. Эти доказательства должны соответствовать законам формальной логики (закон тождества, закон противоречия, закон исключенного третьего, закон достаточного основания).

В риторике аргументация понимается как способы речевого воздействия, поэтому в риторическом произведении должны работать как логические, так и психологические способы аргументации. «Аргументирование представляет собой одну из многих возможностей

речевого воздействия на сознание человека. Действительно, далеко не всегда, когда пытаются склонить на свою сторону, прибегают к логически связным аргументам: иногда достаточно просто дать понять, что позиция, в пользу которой выступает проponent, лежит в интересах адресата; защищая эти интересы, можно еще воздействовать на эмоции, играть на чувства долга, на моральных установках» [Демьянков 1989. С. 13–40].

Психологическое воздействие реализуется через **топосы**.¹ **Топосы** – это ценностные (аксиологические) стереотипы, свойственные данной аудитории. «Топосы, как правило, строятся на основании ценностей, имеющих у аудитории, отбираются в соответствии с темой и задачей речи» [Анисимова, Гимпельсон 2002. С. 88]. Топосы «вычисляются» на основании анализа характеристик аудитории, как объективных, так и интеллектуальных. Именно поэтому топосы – это база для отбора психологических аргументов.

1. Что считает полезным, выгодным эта аудитория? (*Прагматический топос*).

2. Что считает интересным, каких убеждений и взглядов придерживается эта аудитория? (*Интеллектуальный топос*).

3. Что считает приятным эта аудитория? (*Эмоциональный топос*).

4. Что считает нравственным эта аудитория? (*Морально-этический топос*).

5. Что считает прекрасным эта аудитория? (*Эстетический топос*).

Указанные ценности определяются с **позиции конкретной аудитории**. Например, топос «к мнению пожилых людей следует прислушиваться» – действен в определенной этнической аудитории, где уважение к старшим возведено в ранг непреложной национальной традиции (например, на Кавказе). Приоритетность топоса определяется целью речи и интересами

¹ Термин *топос* имеет в риторике различное толкование. Чаще всего топос (топ) толкуется как **общее место** или положение, которое признается истинным или правильным, на основе которого конкретное обоснование представляется истинным и доказательным. Топов, лежащих в основании аргумента, может быть несколько. Мы даем термин *топос* в соответствии с трактовкой, представленной авторами пособия «Современная деловая риторика» Т.В. Анисимовой и Е. Г. Гимпельсон. В этом же пособии дана типология топосов.

аудитории. Например, выступление перед потенциальными абитуриентами (основной тезис *«Наш университет – лучший вуз в городе»*) предполагает приоритетность интеллектуального топоса (*топос: учеба должна быть интересной*), при выступлении перед родителями абитуриентов приоритетным может стать прагматический топос (*топос: образование должно быть экономически доступным*).

Выделить топос «в чистом виде» не всегда возможно. Полезное может быть интересным, а прекрасное – приятным, поэтому однозначно оценить имеющийся топос обычно бывает довольно сложно. Однако, когда оратор готовит речь и ищет топосы для будущего выступления, он должен ответить на вопрос: какие ценностные установки могут быть актуальны для данной аудитории.

Итак, *поиск топосов – это содержательный отбор аргументов, основывающийся на той системе ценностей, которая принята в данной аудитории.*

Таким образом, тезис и доводы – это формальные компоненты структуры аргументации, а топос – это идея, ценностное суждение, которое в небольшой речи может совпасть с тезисом, с психологическим аргументом, а может остаться в подтексте.

Глава III. ДИСПОЗИЦИЯ (композиция речи)

Всякая речь должна быть составлена словно живое существо – у нее должно быть тело с головой и с ногами, причем туловище и конечности должны подходить друг к другу и соответствовать целому.

Платон

В соответствии с классической традицией, композиция риторического произведения состоит из трех частей:

1. Вступление
2. Основная часть
3. Заключение

3.1. Вступление

Вступление несет основную психологическую нагрузку. Эта часть продумывается в последнюю очередь, когда оратор уже хорошо представляет всю речь. Относительный объем вступления – приблизительно 1/8 всей речи.

Вступление выполняет несколько функций:

- 1) вызвать интерес и активизировать внимание аудитории (рекламная функция);
- 2) установить контакт с аудиторией; настроить ее на позитивное восприятие речи (функция вербовки союзников);
- 3) подготовить почву для разработки темы (презентация темы).

В зависимости от конкретной речевой ситуации может доминировать та или иная функция.

➤ **«Рекламная» функция** является основной в тех случаях, когда право говорящего на речь неочевидно. Причины данной ситуации могут быть различны:

1) аудитория не готова к восприятию речи вообще (например, лекция как обязательное мероприятие после рабочего дня – неправильно выбрано время общения с аудиторией),

2) аудитория не готова к восприятию речи на данную тему (незаинтересованная аудитория),

3) аудитория не воспринимает или не знает данного оратора.

В этой ситуации рекламная функция обычно реализуется двумя способами.

а) через представление неординарной позиции оратора по отношению к проблеме (разрушение стереотипов);

б) через представление неординарного положения оратора по отношению к данной аудитории (например, иностранец).

➤ Функция **вербовки союзников** доминирует в конфликтно настроенной аудитории. Для реализации данной функции могут использоваться различные тактики.

✓ *Тактика снятия противоречий* предполагает фактическое игнорирование противоречий между оратором и публикой («Давайте поговорим не о том, что нас разделяет, а о том, что нас объединяет!»).

✓ *Отложительная тактика* – это своего рода отвлекающий маневр: оратор начинает с неважного, но интересного, усыпляя бдительность аудитории, и только затем переходит к основному предмету речи.

➤ **Презентация темы** как основная функция вступления реализуется в спокойных речевых ситуациях.

Для эффективного решения коммуникативных задач в ораторской практике используются специальные приемы (техники вступления), так называемые «зацепляющие крючки» (А.Ф. Кони).

1. Прием сопереживания

Оратор начинает выступление с рассказа о личных впечатлениях и размышлениях, так или иначе связанных с темой:

«Две трети века назад, еще мальчиком, с восхищением читал я в книгах о мужественном и отчаянном Вандейском восстании, но никогда бы не могло мне и пригрезиться, что в старости доведется мне честь открывать памятник героям и жертвам этого восстания».

(А.И. Солженицын. Речь при открытии памятника Вандейскому восстанию).

2. «Ассоциативный мостик»

Во вступлении приводится факт, случай, история, которые могут ассоциироваться с темой выступления. Обычно такой прием основан на аналогии:

«Когда Гулливер в первый раз осматривал Академию в Лагаде, ему прежде всего бросился в глаза человек сухопарого вида, сидевший, уставив глаза на огурец, запаянный в стеклянном сосуде. На вопрос Гулливера диковинный человек пояснил ему, что вот уже восемь лет, как он погружен в созерцание этого предмета в надежде разрешить эту задачу улавливания солнечных лучей и дальнейшего их применения. Для первого знакомства я должен откровенно признаться, что перед вами именно такой чудак. Более тридцати пяти лет провел я, уставившись, если не на зеленый огурец, закупоренный в стеклянную посудину, то на нечто вполне равнозначащее – на зеленый лист в стеклянной трубке, ломая себе голову над разрешением вопроса о запасении впрок солнечных лучей».

(К.А. Тимирязев Лекция о фотосинтезе в Лондонском Королевском обществе (1930 г.).

3. Стилистическая трансформация текста

Это лингвистическая техника. Она представляет собой нарочитое нарушение дискурсных параметров в области стиля. Любая аудитория, исходя из речевой ситуации, прогнозирует жанровые и стилевые характеристики предстоящей речи (вузовская лекция – учебно-научный подстиль; судебные речи – юридический подстиль официально-делового

стиля и т.д.). Данный прием – это обман стилевых ожиданий аудитории. Такое вступление решает задачу эмоционального воздействия на слушателей:

«Боясь неуместности романтических оборотов, начну традиционно-сказочными словами: жили-была на свете семья. Жили они дружно, любили и уважали друг друга...» (Речь адвоката).

4. Прием парадокса

Задача этого приема – уже на этапе вступления разрушить стереотипные, традиционные представления аудитории о предмете речи.

Данный прием может быть реализован разными способами:

а) шоковая техника

Речь начинается с ошеломляющего или парадоксального утверждения:

«В России идет страшная, необъявленная, многодесятилетняя война, имеющая миллионы жертв убитыми и ранеными. С одной стороны фронта – еще не родившиеся младенцы, с другой – матери, отцы, врачи. Вы уже догадались, что речь пойдет об абортах...»

б) опровержение известного факта (стереотипа):

1. *«Сознательные родители обычно опасаются, что комиксы прививают детям дурной вкус, заполняют их головы мрачными идеями, не оставляют им времени для прогулок и что вообще это пустая трата денег. В этих обвинениях есть доля правды. Но если дети единодушно стремятся к чему-то, мы вынуждены признать, что это имеет для них какую-то положительную конструктивную ценность. Разумнее попытаться дать им то, что они хотят получить, в наилучшей форме, но мы ничего не добьемся, если будем ахать и кудахтать, как нервные куры. Дети всех возрастов полны благородных стремлений к великим делам, которые, как им кажется, совершают взрослые». (Б. Спок)*

2. *«Если вам когда-нибудь скажут, что при рассмотрении гражданско- правовых споров не возникает детективных сюжетов, захватывающих дух ситуаций, кипения страстей – не верьте этому...»*

(В. И. Лифшиц.)

в) столкновение различных точек зрения.

Например, вступление к речи о здоровом образе жизни может выглядеть следующим образом: *Можно лечиться в поликлинике, можно заниматься самолечением, можно ходить к экстрасенсам, а можно вообще не лечиться!*

г) парадоксальное цитирование

Оратор приводит цитату и просит аудиторию определить время и автора данного высказывания. Соотношение содержания цитируемого высказывания и его экстралингвистических параметров (чаще всего это время высказывания и его автор) определенным образом разрушают стереотипное представление слушателей о предмете речи. Например, в сознании современного человека существует стереотип, что экологические проблемы появились не ранее второй половины XX века, поэтому вряд ли слушатели определят, что следующее высказывание принадлежит герою А.П. Чехова из рассказа «Леший»:

«Гибнут миллиарды деревьев, опустошаются жилища зверей и птиц, мелеют и сохнут реки, исчезают безвозвратно чудные пейзажи... Надо быть безрассудным варваром, чтобы разрушать то, чего мы не можем создать...Реки сохнут, дичь перевелась, климат испорчен, и с каждым днем земля становится все беднее и безобразнее».

5. Апелляция к непосредственным интересам аудитории

Необходимым условием использования такого вступления является знание аудитории. Во вступлении обозначаются проблемы, волнующие

(интересующие) слушателей: *«Вы хотите узнать, как можно быстро похудеть и не причинить при этом вред своему здоровью».*

6. Постановка проблемного вопроса

Это самое простое и самое короткое вступление. Его цель – побуждение к сотрудничеству, к размышлению. Такое вступление предназначено для подготовленной аудитории (например, учебная лекция).

7. Апелляция к предыдущему оратору.

Этот прием используется в дискуссии, дебатах, политической полемике.

Хильда Обельс-Юнеман на ораторской трибуне нижнесаксонского ландтага глотнула из стакана, оставленного предшествующим оратором, и сказала: «Я хочу установить, что пил предыдущий оратор; возможно виски, потому что некоторые высказывания господина, выступавшего передо мной, непонятны» [Леммерман 1999].

Задача оратора при использовании данного приема – сохранять корректное отношение к оппоненту. Данный прием не должен превращаться в известный некорректный риторический прием *argumentum ad personem* (аргумент к человеку), лучшую инструкцию по применению которого дал в одном из своих монологов М. Жванецкий: *«...Что может говорить хромой об искусстве Герберта фон Караяна? Если ему сразу заявить, что он хромой, он признает себя побежденным...»* (М. Жванецкий «Стиль спора»).

Разновидность апелляции к предыдущему оратору – **ложный уход от дискуссии**. Во вступительной части оратор декларирует отказ от спора с оппонентом, но при этом основное содержание его речи представляет собой опровержение основных положений, выдвинутых предыдущим оратором.

Я буду просить позволения не отвечать на ... слышанные тут попреки. Мне представляется, что, когда путник направляет свой путь по звездам, он не должен отвлекаться встречными попутными огнями. ...Я

думаю, что превращая Думу в древний цирк, в зрелище для толпы, которая жаждет видеть борцов, ищущих, в свою очередь, соперников для того, чтобы доказать их ничтожество и бессилие, ... я совершил бы ошибку.

(П. Столыпин)

В риторической практике во вступлении могут быть использованы несколько техник одновременно.

3.2. Основная часть

В основной части риторического выступления перед оратором стоят две задачи:

- 1) всесторонне раскрыть тему;
- 2) сформулировать основную мысль (тезис).

Тезис предъявляется (эксплицитно или имплицитно) либо в начале главной части, либо в конце (закон края). Традиционно считается, что для незаинтересованного слушателя основная мысль предъявляется в начале, для заинтересованного – в конце главной части.

При подготовке главной части необходимо учитывать, что концентрация внимания аудитории возможна не более чем на 30-40 мин., поэтому целесообразно вводить в текст речи не более 5 основных положений, причем на каждый раздел следует отвести 5- 9 мин. (7±2)

Основная часть может быть построена по различным принципам, т.е. с использованием разных методов изложения материала.

1. Дедуктивный метод – это, как известно, движение от общего к частному. Для риторического произведения это означает, что тезис в той или иной форме предъявляется в начале основной части.

В риторике данный метод представляет собой **метод поиска подтверждений высказанному ранее обобщению**. Оратор предъявляет некое общее суждение (тезис), а затем приводит серию частных фактов, подтверждающих это суждение, т.е. это композиция, выносящая на обсуждение (целиком или по частям) некоторое общее положение, которое в

ходе дальнейшего сообщения находит подтверждение в серии частных фактов, применительно к целому положению или к его частям (см. в приложении речь А. Ширвиндта на юбилее Гердта).

В античности дедукцией пользовались весьма и весьма широко. Дедукция считалась одной из наиболее целесообразных композиций основной части. Преимущество дедуктивного метода заключается в том, что предъявление основного тезиса в начале дает возможность оратору работать открытыми коммуникативными стратегиями: оратор сразу дает понять публике, как он оценивает те факты и события, которые будут приведены в дальнейшем. «...Говорящий с самого начала ставил слушателей в известность о том, «куда он клонит», или, точнее, куда он «намерен клонить» [Е. Клюев 2001. С. 78]. По замечанию Е. Клюева, это определенным образом настраивает слушателей «видеть факты глазами говорящего».

Дедукция как метод изложения напоминает детектив: сообщение строится от следствия к причине (причинам). Е. Клюев называет этот процесс «идти за Холмсом» Оратор ставит логическую задачу в виде общего положения (тезиса) и решает ее вместе с аудиторией, разбираясь в «уликах» [Е. Клюев 2001. С. 78]. Специфика дедуктивного метода изложения в том, что при следовании ему «kozyри» (самые сильные аргументы) предъявляются напоследок. Оратор воздействует на аудиторию именно ими, а не общими положениями. Дедукция привлекательна для аудитории как интеллектуальный процесс, поэтому такой метод построения основной части целесообразно использовать в подготовленной, «мыслящей» аудитории.

Сложность для оратора заключается в том, что основной тезис может быть не принят аудиторией уже на этапе предъявления. При дедуктивном способе развертывания сообщения особое значение приобретает процесс взаимодействия оратора с аудиторией.

2. Индуктивный метод изложения предполагает развертывание сообщения **от частного к общему** (тезис предъявляется в конце). Этот метод называется в риторике (и философии) методом предвосхищения основания. В

соответствии с индуктивным методом, оратор сначала предъявляет аудитории ряд частных фактов (аргументов), за которыми обнаруживается некая закономерность (она затем и предъявляется в качестве основного тезиса).

Основное требование при индуктивном методе изложения – репрезентативность (представительность) частных положений, на основе которых делается общий вывод (предъявляется тезис). Для аудитории причинно-следственная связь аргументов и тезиса должна быть очевидной. Например, следующий ряд событий: *зазвенел будильник, включили свет, домочадцы пошли пить кофе* – вовсе не является репрезентативным для тезиса *наступило утро*).

По остроумному замечанию Е. Клюева, если дедуктивный метод – это аналог детектива, то индуктивный метод – это аналог триллеров («ужастиков»), «предполагающих «движение за жертвой»: в поле зрения попадает сначала одна деталь, потом другая, за ней третья. В конце концов, давно ожидаемый монстр предстает во всей своей красе». Такой способ развертывания сообщения **воздействует на чувства** слушателей, «требует «эмоционального соучастия» – интеллектуальный сторож, как правило, бездействует» [Е. Клюев 2001. С. 79]. Индуктивный способ построения сообщения – это более манипулятивный путь воздействия на слушателя, чем дедуктивный. «Бездействие интеллектуального сторожа» нередко приводит к тому, что недобросовестный оратор нарушает требование репрезентативности фактов и «на эмоциональной волне» «протаскивает» выгодный ему тезис.

3. Концентрический метод изложения – это метод, при котором материал концентрируется вокруг основного тезиса и подается под разным углом зрения с новыми фактами и доказательствами. Структура такого сообщения напоминает серию кругов, сходящихся к общему центру. Центр этот, фактически и «управляет» композицией в целом.

Используется 1) в некомпетентной аудитории; 2) при рассмотрении сложных проблем и понятий.

Изложение, осуществляемое в соответствии с концентрическим методом, есть практика постоянного возврата к проблеме – всякий раз на новом ее «витке».

4. Стадиальный метод изложения – линейное построение сообщения без ретроспекций. Стадиальный метод отвечает логике движения мысли. «Метод этот можно уподобить процессу кирпичной кладки: когда кирпич положен на цемент, к нему больше не возвращаются, поскольку вынуть один кирпич из кладки, не разрушив целого (или фрагмента целого), невозможно» [Е. Клюев 2001. С. 80]. Стадиальный метод изложения широко используется в научном дискурсе (особенно в научно-технических текстах, в математике, физике, где каждое последующее положение вытекает из предыдущего, но не повторяет его).

5. Хронологический метод изложения – метод, при котором композиция определяется последовательностью событий во времени (исторические и биографические описания: *родился..., крестился..., учился..., женился* и т.д.; описание технологических процессов, инструкции: *достать из коробки, включить в розетку, ... отнести в мастерскую*).

Методы развертывания изложения могут комбинироваться. «Грамотно построить изложение как раздел основной части вовсе не означало соблюсти «стерильность» метода. ...Методы развертывания изложения служили лишь хорошими ориентирами в том, как в принципе подавать сообщение. Речевую деятельность говорящего следовало, таким образом, ориентировать не на осуществление контроля за методом изложения, но на осуществление контроля за «существом дела» [Е. Клюев 2001. С. 82].

3.3. Заключение

Классическая риторическая традиция предполагает так называемый «целесообразный» финал. Это значит, что на этапе заключения оратор

должен помочь слушателям «выйти» из речевой ситуации в нужном оратору направлении» («Дверь здесь»») (Е. Клюев).

В риторическом произведении заключение должно отвечать следующим требованиям:

1) заключение должно быть четко сформулировано заранее, поскольку оно запоминается слушателями лучше всего (фактор края);

2) заключение должно четко отделяться от основной части (В заключение я хочу сказать...). Крис Стюард и Майкл Уилкинсон дают ироническую рекомендацию по этому поводу: «Все ораторы знают, что с приближением конца речи нехитрая фраза типа "И вот, подводя итог сказанному, уважаемые леди и джентльмены" выведет аудиторию из оцепенения не хуже, чем щепоть нюхательных солей. Остановившись на секунду, чтобы дать слушателям прийти в чувство, вы можете смело обрушить на их головы парочку ключевых пунктов вашей речи, которые вы желаете закрепить в их сознании» [Стюард, Уилкинсон 2000].

3) в заключении не должно быть новых мыслей и дополнительных сведений, т.к. это психологически нецелесообразно (слушатели все равно их не запомнят или не обратят на них внимание);

4) заключение – самая короткая часть речи (не более 1/10 всей речи).

В риторическом произведении заключение может выполнять следующие задачи:

- 1) обобщить сказанное, самое существенное в речи;
- 2) усилить эмоциональное впечатление;
- 3) поставить конкретные задачи или показать последствия;

В риторике разработана типология «целесообразных» заключений.

Основными типами заключений считаются:

- суммирующее,
- типологизирующее,

- апеллирующее.

Суммирующее заключение определялось как подведение итогов и формулирование выводов.

Данный тип заключения предполагает возвращение к ключевым положениям основной части.

Суммирующее заключение может быть развернуто либо на *предмет сообщения*, либо на *структуру сообщения*.

Суммирующее заключение, развернутое на предмет сообщения, воспроизводит «схему события». Процедура суммирования, развернутая на предмет сообщения, строится по тем же самым правилам, что и резюме. Суммирование на предмет сообщения – это ранжирование сведений о предмете: от главных к второстепенным или от второстепенных к главным

Правила суммирования на предмет сообщения:

- Процесс суммирования должен происходить по одному основанию: при отборе основных положений для суммирования оратор должен акцентировать внимание либо на самих фактах, либо на их оценке (не смешивать объективное и субъективное).

Например: *Во-первых, вы можете получить в нашем вузе качественное образование* (оценка). *Во-вторых, у нас построен спорткомплекс* (факт).

- Отбор и ранжирование основных положений зависит от предмета речи, от характера аудитории, от конкретной речевой ситуации.

Например, Вы выступаете перед старшеклассниками, убеждая их в том, что они должны поступать именно в этот вуз. Для городских школьников – наличие комфортабельного общежития – факт второстепенный, для иногородних абитуриентов – существенный (но не главный).

- Не следует слишком сильно варьировать исходные формулировки (аудитория должна «узнавать» основные положения вашей речи).
- Не следует дополнять картину новыми сведениями или вводить

новую точку зрения.

Суммирование, развернутое *на структуру сообщения*, воспроизводит логическую схему риторического произведения. В суммирующем заключении, развернутом на структуру сообщения, основные положения воспроизводятся в той последовательности, в какой они предъявляются в речи. Суммирование, развернутое на структуру сообщения, можно уподобить аннотированию.

Правила суммирования на структуру сообщения:

- Вначале целесообразно дать общую характеристику структуры сообщения. Например: *Я рассказала вам, что представляет собой экзамен по риторике, как будет проходить наш экзамен, какие требования предъявляются к студентам, на какие вопросы следует обратить особое внимание.*

Если речь невелика по объему, можно ограничиться таким суммированием.

- Не следует перестраивать структуру сообщения.
- Если текст имеет сложную композицию или значительный объем, следует маркировать части сообщения (в первой части...., во второй части..., в третьей и т. д. или: вначале..., затем..., и наконец...).
- При необходимости можно мотивировать переход от одной части к другой (из этого следует..., после этого становится понятно, что...).

Суммирующее заключение – заключение синтетическое. Оно требует, как видно выше, логических приемов.

Типологизирующее заключение – это заключение, в котором оратор показывает перспективу сообщения или вводит фон для лучшего понимания предмета речи. Это аналитический тип заключения. Типологизирующее заключение базируется на применении в первую очередь аналогичных

приемов. Предмет речи сопоставляется либо с самим собой в будущем, либо соотносится с другими предметами.

В данном заключении оратор уже не возвращается к событийной стороне сообщения. Преимущество типологизирующего заключения состоит в том, что оно дает слушателям еще один шанс понять сообщение (если кто еще не понял) или углубляет представление о предмете речи, позволяя слушателю увидеть его с новой, порой неожиданной, стороны.

Существуют два вида типологизирующих заключений: ***заключение с перспективой*** и ***заключение с фоном***.

Типологизирующее заключение с перспективой – это заключение, которое прогнозирует результаты сообщения. Поскольку в основе любого сообщения лежит проблема, данное заключение дает возможность показать, как может выглядеть эта проблема в перспективе, т.е. представляет одну или несколько гипотез развития событий или изменения предмета речи.

Например:

«Какой будет третья русская культура в будущем? Я думаю, что, если все будет благополучно и мы будем развиваться как цивилизованная культурная страна, эта третья культура будет, несомненно, связана с православием и будет продолжать эту линию слияния продолжения древнерусской культуры, то есть первой культуры, с продолжением линии второй культуры, то есть культуры официально послепетровской, и мы придем к какой-то новой культуре, не повторяющей собой ни культуру XIX века, ни культуру Древней Руси, но такой, которая действительно сможет восстановить в нашей стране нравственность, искусство, науки настоящие, настоящую экологию, основанную не только на технических знаниях, как бороться с тем или иным нарушением экологического равновесия, но ту экологию, которая должна быть основана на религиозном сознании» (Д.С. Лихачев. О православии).

Прогнозирование как показ объекта, события или явления в перспективе должно подчиняться ряду правил:

- В соответствии с правилами логики, нельзя, рассматривая частное явление, давать обобщенный прогноз (ошибка: общее по частному). Например, прогнозируя рост доходов олигархов, нельзя прогнозировать рост доходов всего населения.

- Прогноз не должен быть слишком категоричным (прогноз – это вероятностное суждение, поэтому в типологизирующем заключении должны присутствовать языковые показатели субъективной или вероятностной модальности: *я думаю, я полагаю, возможно, не исключено, вероятно, может быть* и т.п.).

- Типологизирование с перспективой не должно представлять собой гиперболу или литоту (дабы не потерять доверия слушателей, не следует утрировать перспектив). Например: *Если отпустить этого преступника, он перережет полгорода!*

- Не следует давать прогноз не по существу (по неосновной проблеме);
- Прогноз должен обладать позитивным воздействием на аудиторию (программирующий эффект прогноза).

Типологизирующее заключение с фоном – это заключение, ставящее объект (предмет, явление, событие) в ряд ему подобных или в оппозицию к ним. Сложность данного типа заключения состоит в том, чтобы найти приемлемый фон, т.е. фон, который действительно способен углубить представление об объекте сообщения.

При выборе аналогии для типологизирующего заключения с фоном необходимо учитывать ряд факторов:

1. Поскольку заключение должно быть лаконичным, основания для сопоставления или противопоставления должны быть очевидны для слушателей (у оратора нет времени на обоснование того, почему он выбрал тот или иной фон).

2. Фон должен соотноситься с темой и основным тезисом. Например, тема «Эти загадочные кошки» может раскрываться через тезис: «заведите кошку», тогда в заключении возможно сопоставление кошек с

другими «домашними любимцами»: собаками, попугаями, хомячками и т.д. (или противопоставление им). А если выступление посвящено биологическим особенностям этого животного, его разновидностям, поведению и т.п., то целесообразным фоном в данном случае будут другие представители семейства кошачьих (тигр, лев и т.д.).

3. Как при любой аналогии, те события, предметы, явления, которые берутся в качестве фона, должны быть известны слушателям (входить в их апперцепционную базу, т.е. в фоновые знания).

Однако, при противопоставлении предмета речи и фона оппозиция «известное / неизвестное» может использоваться как особый смысловой прием для подчеркивания значимости предмета, явления, события, о котором говорил оратор.

Например: *«...Забилось почти все, что писали сверстники Чехова в восьмидесятых и девяностых годах. Забыты многотомные сочинения Потапенко, Альбова, Дедлова, ...Маслова, Щеглова..., забыты тысячи и тысячи книг, написанных после него, а его зовущие к милосердию, задушевные книги все сильнее привлекают к себе новые миллионы сердец»¹(К. Чуковский «О Чехове»).*

Апеллирующее заключение – в отличие от суммирующего (синтетического) и типологизирующего (аналитического) – представляет собой эмоциональный тип заключения, т.е. прямое обращение к чувствам и личным свойствам слушателей («Пусть первым бросит камень тот, кто сам без греха!»)

Апеллирующее заключение сокращает дистанцию между оратором и аудиторией, интимизирует сообщение, т.е. приближает его к слушателям.

Воздействующий эффект такого заключения зависит от того, насколько аудитория разделяет позицию оратора, его ценности и оценки. Апеллирующее заключение возвращается к предмету речи лишь косвенно,

¹ В основной части речь шла о несправедливой оценке творчества Чехова современниками-литераторами.

через оценки, поэтому при использовании апеллирующего заключения собственно предмет речи должен быть до конца понятен аудитории.

Апеллирующее заключение – это прямое взаимодействие оратора с аудиторией, поэтому при его использовании необходимо учитывать ряд правил:

- нельзя использовать прямые формы воздействия на аудиторию (например, директивные речевые акты типа: «Голосуйте за депутата N!» как очевидные стратегии вербовки союзников вызывают у слушателей чувство протеста);
- не следует использовать вертикальную модель речевого взаимодействия, то есть модель «снизу– вверх» (учитель – ученики), для апеллирующего заключения подходит горизонтальная модель, то есть «собеседник – собеседник»;
- не следует подчеркивать дистанцию между говорящим и слушателями (*вам трудно понять..., вы еще слишком молоды, чтобы увидеть...*);
- не следует при апеллировании к аудитории заниматься саморекламой (*Кроме меня, вам никто не поможет!*);
- не следует давать оценку аудитории (например: *Как умные люди, вы понимаете...*);
- не следует противопоставлять одну группу слушателей другой (например, в гетерогенной аудитории: *«Женщины со мной, конечно, согласятся, а мужчины пусть подумают...»*).

В реальной риторической практике финал речи может представлять собой как определенный тип заключения, так и их сочетание (например, типологизирование + апеллирование; суммирование + апеллирование и т.д.). В принципе, каждый из рассмотренных типов заключения может быть использован применительно к любому сообщению в зависимости от задач выступления, от конкретной речевой ситуации.

Глава IV. ЭЛОКУЦИЯ (выражение)

4.1. Использование фактического и наглядного материала

*Длинен путь через наставления, короток и легок – через примеры
Сенека.*

Фактический материал: цифровые данные, ссылки на авторитетные источники и документы – используется в риторическом произведении для иллюстрации и аргументации.

При сборе фактического материала необходимо учитывать два основных правила:

1. Фактического материала должно быть больше, чем необходимо для выступления. Это позволит, во-первых, выбрать наиболее значительные факты, во-вторых, при необходимости подкрепить аргументацию дополнительным фактическим материалом.

2. Источники, из которых берутся сведения, должны быть «надежными». Нежелательно пользоваться «вторичной цитацией», т.е. брать цитату не из первоисточника.

I. Использование цифрового материала

*Цифры не управляют миром, но показывают, как им управлять
Гете*

Цифровой материал, во-первых, усиливает впечатление достоверности, во-вторых, обеспечивают точность и экономию изобразительных средств.

Правила использования цифрового материала сводятся к следующему:

- 1) количество цифровых данных в речи, рассчитанной на 45-50 мин., не должно превышать 20-ти;
- 2) цифровой материал лучше воспринимается визуально;

3) если характер выступления не требует точных цифровых данных (как например, в отчете), то для лучшего восприятия и запоминания числа лучше округлять до 5-ти или 10-ти: $47,5\% \approx 50\%$;

4) при перечислении дат названия лет лучше давать в разговорной форме: *в тысяча девятьсот четвертом, девятьсот восьмом, сорок седьмом и пятьдесят первом годах*;

5) для усиления эмоционального воздействия при подаче цифрового материала можно использовать образные сравнения:

«В одном маленьком городке судья рассматривал дело о транспортном происшествии. Удачное сравнение судьбы рассматриваемый факт превратило в обвинение. Судья заметил, что в результате аварий, связанных с транспортом, погибло 16000 человек. Далее продолжил: «Уясните себе: каждый год в Германии истребляется такой город, как наш, только потому, что многие люди поступают так же легкомысленно, как Вы!» [Леммерман 1999. С. 112]

6) необходимо обратить внимание на правильное произнесение цифр. Как известно, в сложных числительных склоняются обе части. В связи с тем, что в современной разговорной практике косвенные падежи сложных и составных числительных используются довольно редко, во избежание ошибки стоит записать нужную форму числительного словами: *более пятисот восьмидесяти пяти и т.д.* В стрессовой ситуации публичного выступления память, как правило, услужливо «подсовывает» неправильную форму *пятиста* вместо *пятисот*, даже если вы никогда ранее такой ошибки не допускали!

II. Ссылка на источники

Ссылка на источник чаще всего используется как апелляция к авторитету, поэтому при выборе источника следует учитывать ряд факторов.

1. Источника должен быть известен данной аудитории.

Ссылку на заведомо известный источник лучше давать без дополнительных комментариев: нет необходимости указывать, например, что А.С. Пушкин – великий русский поэт (излишняя информация такого рода раздражает слушателей).

Если цитируемый автор неизвестен, следует дать развернутое определение (*Один из величайших ораторов Древнего Рима Марк Фабий Квинтилиан в своем знаменитом труде «Риторические наставления» писал...*). Комментарием может служить указание на компетентность источника: *автор 20-ти научных трудов по риторике, среди которых знаменитая книга...; учитель с 30-летним стажем...* и т.д.

2. Источник должен быть авторитетным для данной аудитории.

Не следует ссылаться на авторитеты, которые могут вызвать предубеждение слушателей (неоднозначное отношение, особенно в гетерогенной аудитории, может быть, например, к современным политическим и общественным деятелям, артистам и т.д.).

3. Источник должен обладать необходимой компетентностью по отношению к предмету речи (к обсуждаемой проблематике). Вряд ли правильно ссылаться на высказывание известного кинорежиссера, если речь идет об экономике.

4. Необходимо учитывать исторические условия и ситуацию, в которых было высказано данное мнение.

В качестве примера можно привести следующее высказывание Ф. Рузвельта: *«...Каждое слово, сказанное в эфире, каждый корабль, вышедший в море, и каждое сражение, которое где-то происходит, – все это затрагивает будущее Америки».*

С точки зрения современной политической ситуации, эта цитата может рассматриваться как оправдание агрессивной политики США. Однако если учесть, что это выступление американского президента состоялось 3 сентября 1939 года, и посвящено оно началу войны в Европе, становится

понятно, что речь идет о том, что Америка не может оставаться в стороне, когда в Европе идет война с фашистской Германией.

5. Неопределенные ссылки: лучшие умы, авторитетные источники, известный поэт, классик русской литературы – являются некорректными.

Правила цитирования:

1. Цитата должна быть приведена абсолютно точно. Неточное цитирование подрывает авторитет оратора. Даже самую известную цитату лучше проверить по первоисточнику. Не случайно «чемпионами» по неточному цитированию являются две хрестоматийные пушкинские цитаты:

«Гений и злодейство – две вещи несовместные (в искаженной цитате – несовместимые)» и «Чем меньше женщину мы любим, тем легче нравимся мы ей» (в искаженной цитате – больше нравимся...).

2. Нельзя искажать смысл высказывания «выдергиванием» строк. Самый известный пример такого рода – знаменитый лозунг: «В здоровом теле – здоровый дух!», смысл которого: занимайтесь физкультурой, т.е. заботьтесь о теле. Между тем, в тексте десятой сатиры Ювенала это известное всем выражение имеет совершенно иной смысл: *Orandum est ut sit mens sana in corpore sano. (Надо молить, чтобы ум (дух) был здоровым в теле здоровом).*

Еще один анекдотичный, но весьма показательный пример такого рода. В конце восьмидесятых годов XX века на телевидении проходили телемосты между СССР и США, в которых участвовали советские и американские граждане. Во время одного из телемостов прозвучало изначально вполне справедливое высказывание: *У нас в СССР секса нет на телевидении.* Однако последняя часть этой фразы в эфир не попала. В результате последующие десять лет над фразой «У нас в СССР секса нет» не потешался только ленивый.

3. Не следует комментировать текст, искажая его смысл в выгодную для оратора сторону (*Толстой хотел сказать....; Пушкин имел в виду... и т.п.*).

4. Цитата не должна содержать непонятных терминов и слов. Можно блеснуть цитатой на иностранном языке, но обязательно нужно затем дать перевод.

5. Цитата должна сопровождаться точным указанием на автора и на источник. В речи необязательно приводить, том, страницу, год издания и т.п., но иметь эти данные под рукой необходимо. Если цитируется газетная статья, необходимо знать не просто название, но и год, и номер, и автора статьи.

6. При необходимости можно использовать косвенное цитирование, которое передает основной смысл высказывания. Косвенное цитирование целесообразно: а) при незнании точной цитаты; б) при слишком длинных цитатах, которые все равно не воспринимаются аудиторией. Косвенное цитирование делает ссылку на авторитет более органичной в тексте. *Гоголь писал, что... ; Основная мысль сводится к тому, что ...(к следующему)...*

Ссылки на авторитеты и цитаты не должны перегружать риторическое произведение.

4.2. Использование языковых средств в риторическом произведении

4.2.1. Принципы выбора языковых средств

Риторический выбор – это более высокий уровень использования речевых средств. Риторический выбор языковых средств всегда обусловлен аудиторией, предметом речи, риторическим жанром, статусом оратора по отношению к аудитории и речевой ситуацией. Сделать риторический отбор языковых средств – это не значит просто найти «правильные» слова для выражения своих мыслей.

Работа над языковым воплощением риторического произведения осуществляется в три этапа.

Первый этап представляет собой создание собственно текста. Цель – точно, логично и понятно изложить свои мысли. На этом этапе происходит работа над построением текста, оратор работает над логико-смысловой

стороной своего выступления. Основным критерий отбора и анализа языковых и речевых средств определяется здесь оппозицией «понятно/непонятно». При этом оратор руководствуется этим критерием с позиций потенциальной аудитории.

Второй этап – работа над выразительностью и стилем текста. На этом этапе оратор отбирает и анализирует языковые и речевые средства с точки зрения их выразительности, а значит, эмоционального воздействия.

Третий этап – окончательное редактирование текста, его «озвучивание».

Очевидно, что риторический этап выражения не сводится к соблюдению языковых и стилистических норм. Однако либо на этапе формирования текста выступления, либо при окончательном редактировании оратор обязательно обращает внимание на нормативный аспект текста.

Работа над нормативным аспектом риторического произведения гораздо важнее, чем это может показаться на первый взгляд.

Во-первых, это важно для психологического комфорта самого оратора. Предварительная проработка нормативного аспекта речи позволяет оратору сосредоточиться непосредственно на содержании речи, более эффективно взаимодействовать с аудиторией, не задумываясь, куда поставить ударение, как образовать форму числительного, склонять или не склонять фамилию *Потебня* и т.п.

Во-вторых, оппозиция «правильно/неправильно» (с точки зрения языковой нормы) является для слушателей одним из критериев формирования речевого имиджа оратора. При этом, даже если будущая аудитория представляется оратору не слишком образованной в области норм современного русского литературного языка, не стоит уповать на принцип: «Дурак не заметит, умный промолчит!» Как правило, и дурак замечает (в соответствии с известной библейской истиной о соломинке в чужом глазу)¹,

¹ «Ошибки, которые замечают у других, часто совершают сами, не замечая этого. Бисмарк рассказал, как он со своим приятелем-сокурсником хотел отучить одного торговца табаком в Геттингене от

и умный не молчит, а поправляет оратора, в лучшем случае громким шепотом, в худшем – на всю аудиторию. Такие ситуации не только больно бьют по самолюбию оратора, но и существенно влияют на процесс и результат коммуникации. Слушатели «спотыкаются» о речевую ошибку, отвлекаются от содержания речи, и оратору нужно прилагать определенные усилия, чтобы вернуть их к теме выступления. К тому же «если аудитория зафиксировала у оратора речевую ошибку, то у нее возникает недоверие к передаваемой информации, сомнения в профессиональной компетентности оратора» [Стернин 2003. С. 155].

В-третьих, говорить грамотно необходимо для того, чтобы быть правильно понятым. Всевозможные ошибки в речи затрудняют ее восприятие, могут привести к полному непониманию смысла сказанного.

«Сейчас идет борьба, что кроме магистров, бакалавров, имеющих понятие такое «специалист», это, кстати, и в инженерных вузах, в крупных инженерных институтах, в том, о котором мы сейчас с вами думаем, я думаю, там готовили специалистов высшего класса, и никакие довески новые были не нужны. Но, возможно, что где-то это и полезно. Я знаю, что у нас в академии на этот счет точки зрения разные» (Из выступления Президента РАН Осипова Ю.С. в Совете Федерации 6 июля 2007 года) – в данном высказывании слушатели вряд ли смогли понять, «что хотел сказать автор».

Даже если в целом смысл понятен, запланированное воздействие может не состояться, поскольку ошибочное построение предложения, неточное употребление слова и т.п. могут вызвать абсолютно непредсказуемую реакцию аудитории. Например: *«Я хочу сегодня выступить не от имени партии или фракции, я хочу сегодня выступить от имени того духа, который был у нас на первых Съездах народных депутатов»* (выступление

постоянного повторения слов. Однажды они говорили с торговцем, подражая ему: «Мы хотели бы, мы хотели бы, табаку, табаку, сто граммов, сто граммов, по двадцать крейцеров, по двадцать крейцеров...» И они развлекались, после покупки еще долгое время, беседуя с торговцем. Когда же покинули лавку, торговец, покачивая головой, сказал, обращаясь к жене: «Ну надо же, ну надо же, смешные люди, смешные люди, каждое слово говорят дважды, каждое слово говорят дважды!» [Леммерман.1999. С. 108]

депутата). Языковые неточности в данном высказывании явно «перекрывают» его пафос и создают комический эффект.

Ориентация на аудиторию заставляет оратора отбирать языковые и речевые средства в соответствии с основными демографическими, интеллектуальными и количественными характеристиками аудитории. Задача оратора – позаботиться о том, чтобы отбор и организация языковых и речевых средств способствовали пониманию аудиторией смысла сказанного.

При культурной и интеллектуальной дистанции оратора и слушателей языковые средства (лексика, произносительные варианты) не должны использоваться ни как средство прямой идентификации оратора с аудиторией, ни как средство противопоставления оратора аудитории.

4.2.2. Специфика использования лексических средств

В риторическом произведении отбор лексического материала подчиняется двум требованиям: ясность и уместность. Оратор может использовать весь арсенал лексических средств, если это необходимо.

Отдельные группы лексики требуют особого внимания оратора и на этапе подготовки, и на этапе выступления. Такую лексику можно назвать риторически маркированной.

Заимствованная лексика.

В публичной речи не должно быть большого количества заимствований. Заимствованная лексика – это, как правило, лексика книжная, недостаточно освоенная носителями языка. Восприятие речи – динамический процесс, и если слушатель вынужден вспоминать, что означает то или иное слово, он отвлекается от основного содержания. Поэтому лучше заменить заимствованное слово русским синонимом или более понятным слушателю эквивалентом (словосочетанием, описательным выражением и т.п.). Если заимствованное слово необходимо, если оно передает нюансы, которых нет у русского синонима, нужно обязательно объяснить его значение. Причем объяснение должно быть ненавязчивым и лаконичным. Это может быть

короткий комментарий при помощи пояснительных союзов *то есть, или* и т.п. (*Свои сбережения граждане могут депонировать, то есть отдать на хранение*), напоминание или подсказка: *вы помните (знаете), что это....(Вы знаете, что эмбарго – это законодательный запрет на ввоз или вывоз каких-либо товаров...)*.

Комментарий к общеупотребительной (не терминологической) заимствованной лексике не должен восприниматься слушателями как демонстрация интеллектуального превосходства оратора. Поэтому при объяснении заимствованных слов не стоит использовать прагматические клише типа: *«Сейчас я вам объясню, что значит это слово...»*.

На этапе подготовки выступления стоит лишний раз уточнить словарное значение, возможную сочетаемость, управление, произношение и ударение заимствований, которые недавно пришли в русский язык ([мэнэджэр], [опт' овый] и т.д.)

Термины

Термины даются без определения (дефиниции) только в подготовленной аудитории. При выступлении перед профессиональной аудиторией определяются и комментируются только те термины, которые либо неоднозначно понимаются в данной отрасли научного знания, либо являются принципиально новыми (авторскими).

При общении с непрофессиональной аудиторией, даже если это выступление на профессиональную тему, количество терминов должно быть жестко ограничено. Обилие терминов в речи, предназначенной для непрофессионалов, приводит либо к тому, что аудитория не понимает предмет речи, либо к тому, что оратор вынужден постоянно давать объяснения, отвлекаясь от основной темы.

В отличие от общеупотребительной заимствованной лексики, толкование терминов должно быть акцентировано в речи: *«Рефлèксия – это психологический термин, который означает...»*. Слушатель должен

запомнить значение специального термина и легко опознавать его при последующих употреблениях.

Один способ презентации терминов в непрофессиональной аудитории – прием **интимизации**. Если этого термина, а значит, понятия, нет в тезаурусе (лексиконе) данной аудитории, то его необходимо вводить, опираясь на известные слушателям понятия. Задача пополнения тезауруса слушателя новым понятием решается через процесс конкретизации этого общего понятия в направлении **предмет личного интереса → частное понятие → термин (общее понятие)** [Клюев 2001].

Например, ввод термина *диалекты* может выглядеть следующим образом: *Если вы приедете на юг России, то обратите внимание на то, что ваша речь отличается от речи местного населения. Вы произносите [ɤ], а местные жители [γ]...* Далее через частное понятие **южновеликорусские и северновеликорусские говоры** вводится термин **диалекты**.

Особое внимание нужно обратить на термины, которые имеют общеупотребительный омоним.

*Известный экономист в своем выступлении неоднократно использовал словосочетание **реальная экономика**. Через некоторое время из зала прозвучал вопрос: «Скажите, пожалуйста, у нас, что, есть еще виртуальная экономика?» И только после этого оратор пояснил, что **реальная экономика** – это экономический термин.*

Устаревшая лексика

Лексика пассивного запаса также является риторически маркированной. При использовании устаревших слов необходимо учитывать, что употребление этой лексики в риторическом тексте всегда функционально обусловлено. Эта лексика может выполнять семантическую функцию (обозначение исторических реалий). В этом случае оратор при необходимости может пояснить значение устаревшего слова.

Другая, более актуальная для риторики, функция устаревшей лексики – обеспечивать эмоциональное воздействие на слушателя. При помощи данной

лексики создается патетика (*воздать по заслугам, ратный подвиг*) или ирония – при подчеркнутом столкновении устаревшей и современной лексики, лексики разных стилей и т.д. (*Будущие народные избранники отправились по городам и **всем** завоевывать сердца электората. Сей юный **отрок** совершенно **несведущ** в вопросах **дискурса***). Смысл использования устаревшей лексики в данной функции есть только тогда, когда слушателям эта лексика знакома и не требует комментариев и объяснений, иначе воздействующий эффект пропадает (так же, как пропадает комический эффект при объяснении смысла анекдота: понятно, но не смешно!)

Жаргонные и просторечные слова

Жаргонные и просторечные слова могут быть употреблены как элемент языковой игры, которая делает речь более непринужденной, помогает установлению контакта с аудиторией. Оратор дает понять аудитории, что намеренно использует лексику, выходящую за рамки литературного языка. Это достигается при помощи вводных конструкций с указанием на источник сообщения (*Как сейчас говорят..., Как выражается молодежь... и т.д.*), вводных конструкций, выражающих ироническое отношение говорящего к этой лексике: «*С позволения сказать...*», «*извините за выражение...*», особой интонации или манеры произнесения и т.д.

Жаргонные и просторечные слова могут нести особую воздействующую нагрузку в составе литературного текста: «*Правительство **кинуло, кинуло** своих граждан!*» (А. Макаров, адвокат, о дефолте). Повтор жаргонного слова **кинуло** обусловлен стремлением оратора показать, что правительство поступило в данном случае, как мошенник, нечестно и незаконно.

Еще один пример. Сотрудник милиции говорит о подростках, совершивших преступление: «*Они считали, что это просто **прикол**...*». В данном случае употребление распространенного в подростковом жаргоне слова *прикол* (*шутка*) – это как бы имитация подростковой речи. Таким

образом говорящий подчеркнул легкомысленное отношение подростков к содеянному.

К риторически маркированным лексическим средствам можно отнести и фразеологизмы – устойчивые обороты, семантически равные одному понятию. Как известно, неотъемлемыми свойствами большинства фразеологизмов являются экспрессивность (эмоционально окрашены) и образность: *комар носа не подточит = безукоризненно, как по маслу = беспрепятственно, хорошо, замечательно; вылететь в трубу – разориться, ждать у моря погоды – бездействовать, курить фимиам, петь дифирамбы – преувеличенно или незаслуженно хвалить; на деревню дедушке – неизвестно куда, сын лейтенанта Шмидта – самозванец, мошенник, таскать каштаны из огня для кого-то – делать черновую работу и т.д.). Эти качества позволяют использовать фразеологизмы как средства эмоционально-экспрессивного воздействия на аудиторию. Кроме того, использование фразеологизмов позволяет избежать повтора слова.*

При этом нужно учитывать, что не всякий фразеологизм может быть понятен слушателям. При использовании фразеологизмов необходимо учитывать тот факт, что слушатели должны ЗНАТЬ смысл фразеологизма, поскольку он не равен сумме смыслов составляющих элементов. Особого внимания требуют фразеологизмы с устаревшими словами и формами (*притча во языцех – то, о чем все говорят*); книжные фразеологизмы с именами собственными или с заимствованными словами (*секрет полишинеля, Пиррова победа, ящик Пандоры*). Если нет уверенности, что фразеологизм понятен аудитории, лучше **незаметно** объяснить его смысл. (*Понять что-либо в этой ситуации невозможно. Как говорится, **темна вода в облацех...***). Одним из наиболее удобных приемов объяснения фразеологизмов и для оратора, и для аудитории является прием градации: фразеологический оборот и его объяснение ставятся в один ряд: *Это была Пиррова победа, победа, доставшаяся слишком дорогой ценой... Конечно, они мошенники, такие дети лейтенанта Шмидта...*

Если используются фразеологизмы на иностранных языках, и нет уверенности, что слушатели – полиглоты, лучше дать перевод. Как и в предыдущей ситуации, перевод **не следует акцентировать при помощи прагматических клише**: *это переводится, это означает* и т.д. Русский эквивалент просто приводится рядом без всяких комментариев.

Риторически маркированная лексика – это лексика «штучного употребления».

Абсолютно противопоказаны в риторическом тексте в силу своей труднопроизносимости и малопонятности буквенные аббревиатуры (*ОБСЕ, ЛДПР, КПРФ, СПС*) и аббревиатуры, состоящие из частей слова (*вторчерметбредзагранпоставка*). Исключения составляют аббревиатуры, которые часто употребляются и потому воспринимаются как цельное слово (*вуз, ЗАГС* и т.п.).

4.2.3. Специфика использования морфологических средств

Части речи по частоте употребления распределяются в языке следующим образом: 1) существительные; 2) глаголы; 3) наречие; 4) местоимение; 5) прилагательное.

Как известно, избыточное употребление существительных вызывает «окаменение» речи, в свою очередь глаголы придают речи динамизм. В русском языке как наследие господства официально-делового стиля существует тенденция к употреблению в публичной речи аналитических конструкций: *одержать победу, привести доказательства, внести предложение, отдать распоряжение*.

Впрочем, по свидетельству Х. Леммермана, эта тенденция свойственна не только русскому языку: «Мы, немцы, особенно страдаем от неумеренного употребления имен существительных и от недостатка глаголов ...»

Канцелярский и юридический (крючкотворский) немецкий язык еще и сегодня вычурен и тяжеловесен. Людвик Райнерс в виде шутки знаменитое изречение Цезаря «пришел, увидел, победил» перевел на подлинный бюрократический немецкий язык: «После достижения здешней местности и

ее осмотра мне представилась возможность добиться победы». В оригинале мы находим: три глагола, никаких существительных – наглядно, точно, неотразимо. Напротив, в канцелярском немецком стоят: один мертвый глагол, пять существительных – абстрактно, скрюченно, скучно» [Леммерман 1999. С. 94].

С другой стороны, номинализация (использование отглагольных и отадективных существительных) повышает информативность текста, поэтому в письменном научном тексте, где «плотность» информации чрезвычайно высока, это явление оправдано. В устном научном тексте избыточная информативность текста не способствует его успешному восприятию. Поэтому в устной речи (даже на научную тематику) целесообразно разбить номинативные конструкции на несколько предикативных:

Нерешенность вопроса проистекает из невозможности рассмотрения данного объекта в различных аспектах → Вопрос не решен, поскольку данный объект невозможно рассмотреть в различных аспектах.

Глагол

Глагол 1 л. единственного числа в сочетании с местоимением я придает высказыванию излишнюю категоричность, поэтому злоупотреблять данной глагольной формой с местоимением не стоит. Лучше употреблять глагол 1л. ед. ч. без местоимения (определенно-личные предложения) или заменить такие конструкции на безличные: *я хочу сказать → хочу сказать; я не сомневаюсь → без сомнения, несомненно.*

Форма глагола 1-го лица мн. ч. в риторическом произведении обычно выполняет контактоустанавливающую функцию (прием включения или идентификации оратора со слушателями: *мы с вами знаем, мы с вами сделаем это*): *Но давайте подумаем! Я не случайно так сказал, это слово любил философ Сократ. Своих учеников Сократ никогда не учил правильному, никогда на вопрос учеников не отвечал: "Поступайте так". Он говорил: "Давайте подумаем!"* (Ю.М. Лотман. Чему же учатся люди? Из

выступления на открытии русской гимназии при Тартуском университете, 1990 г.).

Глаголы в повелительном наклонении делают речь излишне назидательной и нарушают равноправные отношения между оратором и публикой, поэтому их употребление, особенно в больших количествах, весьма нежелательно. Лучше заменить императивные конструкции безличными (*посмотрите, прочитайте, обратите внимание* → *можно прочитать, стоит обратить внимание* и т.д.). Типично русский способ установления и поддержания контакта – употребление вместо формы повелительного наклонения глагола 1 л. мн. ч. настоящего времени (значение «инклюзивной инструкции»): *закроем глаза; представим себе такую картину; посмотрим на эти цифры...*

Местоимение

Что касается употребления ***местоимений***, обратим внимание на то, что так называемое *авторское мы*, часто встречающееся в научном тексте, нежелательно в тексте риторическом, предназначенном для устного произнесения. Во-первых, данная форма достаточно расплывчата (*мы проверили эти данные* – кто мы?); во-вторых, частое употребление такой формы придает высказыванию ненужную претенциозность («*Мы, Екатерина II*»).

Местоимения 3-его лица могут обозначать любое лицо или предмет, поэтому при использовании данных местоимений в сложных и осложненных предложениях важно помнить, что эти местоимения должны относиться к ближайшему существительному. Несоблюдение этого правила, как известно, часто приводит к нарушению смысла высказывания. (*Полиция Таиланда ищет крокодилов, сбежавших с фермы, на всякий случай они вооружены иштурмовыми винтовками. ... На поверхности уже стояла машина «скорой помощи». С ушибами и сотрясением мозга врачи отвезли ее в ближайшую больницу* (Новости).

По этикету не следует многократно употреблять местоимение *он (она)* по отношению к присутствующему человеку, особенно в эпидейктических текстах (поздравлениях, торжественных речах), лучше 20 раз назвать человека по имени (имени-отчеству). Для таких случаев в языке есть много номинаций: *юбиляр, виновник торжества, наш уважаемый коллега* и т.п.

При употреблении превосходной степени **прилагательных** для устной речи наиболее приемлема аналитическая форма *самый добрый, самый высокий*. Синтетическая форма с суффиксами -айш, -ейш (добрейший, высочайший) – книжная, она плохо воспринимается на слух, к тому же избыток таких форм создает ненужный пафос, который может быть уместен лишь в эпидейктических (этикетных) речах.

Плохо воспринимаются на слух **действительные причастия** с суффиксами -ущ, -ащ, -ющ, -ящ, особенно многосложные: *взаимодействующий, определяющийся* и т.д. В таких случаях лучше отдать предпочтение синонимичным конструкциям с придаточными определительными. Причастия – книжная часть речи.¹

4.2.4. Специфика использования синтаксических средств

Х. Леммерман отмечал, что самое важное для синтаксиса звучащей речи – чтобы предложения были доступны на слух и благодаря этому понятны. «В целом коротких предложений должно быть больше, чем длинных. Старое школьное правило справедливо и для речи: новая мысль – новое предложение!» [Леммерман. 1999 С. 108-109].

Длинные конструкции не характерны для устной речи. Фраза, входящая микроэлементом в риторический текст, определяется не только тоном, образностью, темпоритмом, но и оптимальным количеством слов.

¹ Вспомним известное замечание А.С. Пушкина: «Причастия... обыкновенно избегаются в разговоре. Мы не говорим: карета, скачущая по мосту; слуга, метущий комнату; мы говорим: которая скачет, который метет и пр., - заменяя выразительную краткость причастия вялым оборотом. Из того еще не следует, что в русском языке причастие должно быть уничтожено. Чем богаче язык выражениями и оборотами, тем лучше для искусного писателя. Письменный язык оживляется поминутно выражениями, рождающимися в разговоре, но не должен отречься от приобретенного им в течение веков. Писать единственно языком разговорным - значит не знать языка».

Так, количество слов в предложении определяется числом Ингве-Миллера – 7 ± 2 .

Предпочтение отдается простым предложениям перед сложными, а в сложных предложениях – сочинительной связи (и, но, или) перед подчинительной.

«Предложения с длинными периодами пропускают мимо ушей. Многие придаточные предложения (Nebensatze) становятся туманными предложениями (Nebelsatze), так как их длина действуют на сознание подобно дымовой завесе ... Предложение с периодами для слушателя вроде бега с препятствиями. Каждая часть предложения – это барьер, который с трудом преодолевается...» [Леммерман. 1999 С. С. 106-107].

При этом слушатель должен учесть, что длинные сложноподчиненные предложения оказывают своего рода гипнотический эффект (эффект удава) и могут намеренно использоваться как средство манипуляции: аудитория (или собеседник) устают следить за логикой высказывания («прыгать через барьеры»), загроможденными конструкциями с различными подчинительными союзами, и, не сумев проникнуть в суть речи, соглашаются с оратором. Здесь действует и психологический фактор: сложность синтаксических конструкций создает впечатление «умной» речи, и слушателю неудобно признаться, что он не понял, о чем шла речь.

Вместе с тем, речь не должна напоминать телеграфный (астматический, как его называет Х. Леммерман) стиль. В риторическом произведении, безусловно, могут употребляться и сложные предложения. Более или менее пространственные синтаксические конструкции требуют особого внимания. При подготовке выступления в таких предложениях стоит сделать специальную разметку, указав логическое ударение и паузы, отработать произнесение этого фрагмента, чтобы во время выступления не сбить дыхание в самом неподходящем месте.

Х. Леммерман советует чередовать длинные и короткие предложения, отдавать предпочтение конструкциям с активным деятелем. В устном тексте

пассивные синтаксические конструкции лишают речь динамики. Ср. *Президент его принял – он был принят президентом.*

Чрезвычайно важен в риторическом тексте порядок слов в предложении. Во-первых, он позволяет актуализировать наиболее важные смысловые фрагменты высказывания (главное – на первом месте в предложении): *Ваши аргументы я слышал.* Во-вторых, при помощи порядка слов оратор может выразить субъективную оценку по отношению к предмету речи: *Слышал я ваши аргументы* (недоверие); *не любил Иван Иванович читать книги* (ирония).

В устном публичном выступлении синтаксические средства должны быть организованы так, чтобы создавался эффект живой речи (имитация устной речи). Не нужно, чтобы каждая фраза звучала как афоризм из учебника – это утомляет слушателей. «Завершенные и отточенные формулировки зачастую настраивают слушателей скептически и приводят к полному равнодушию» [Леммерман. 1999. С.108].

4.3. Оценка в риторическом произведении

Отбор языковых средств и их организация в риторическом произведении ориентированы не только на рационально-логическое восприятие текста, но и на эмоциональное воздействие. «Слова должны быть направлены как бы по двум адресам одновременно: и к уму, и к сердцу слушателей» [Анисимова, Гимпельсон. 2002. С. 199]

В отличие от классической риторики для современного прагматичного слушателя «пафос чаще всего лишь фальшивая монета чувства. Упор на чувства что-то скажет слушателю лишь в том случае, если есть желание выразить или возбудить личное и искреннее сочувствие. С пафосом не говорят о цене сыра или выращивании кактусов» [Леммерман. 1999. С. 76].

Очевидно, что оратор должен ориентироваться на ценностную систему слушателей. Ю.В. Рождественский выделяет для риторики массовой информации две смысловые сферы: признаваемое и отвергаемое

[Рождественский 1996 С.249]. В принципе, эти смысловые сферы можно определить и для конкретной аудитории в зависимости от ее характеристик. В сферу признаваемого включается лексика, вызывающая положительные ассоциации у данной аудитории, в сферу отвергаемого – слова, вызывающие негативные ассоциации.

Естественно, есть ряд обобщенных понятий, которые безусловно принимаются или отвергаются любой аудиторией (*здоровье – болезнь; жизнь – смерть; богатство – бедность* и т.п.). Но конкретизация этих понятий может быть различной в зависимости от параметров аудитории.

Конкретизация способствует усилению доверия слушателей к сказанному. Одним из приемов конкретизации является **гипонимизация** – употребление вместо слова с общим значением слова с частным значением: *в водопроводной воде содержатся вредные вещества, вызывающие различные заболевания* → *в водопроводной воде содержатся хлор, фенол, свинец, марганец, алюминий. Эти вещества могут вызывать аллергию, гастрит, рак и т.д.* «Замена гиперонима гипонимом всегда ведет к усилению изобразительности, а обратная замена – к ее ослаблению. Отсутствие гипонимов, сухость очень часто создают впечатление демагогии, пустых слов, «трескотни» [Хазагеров 2002].

При помощи лексики с различной эмоционально-экспрессивной окраской оратор может имплицитно формировать у слушателей определенную оценку предметов речи по принципу «свой – чужой». Это достаточно известный прием речевой манипуляции, когда для номинации одних и тех же действий или явлений используется лексика с разной коннотацией (стилистической окраской). В результате «свой» получает положительную оценку, «чужой» – отрицательную. Ср.: разведчик – шпион, борцы за независимость – сепаратисты и т.п.

Прямые оценки должны появляться в выступлении, во-первых, редко; во-вторых, после конкретных аргументов, служащих обоснованием этой

оценки. Речь, перегруженная оценками, вызывает у слушателей неприятие не только этих оценок, но и самого оратора.

Такое же неприятие вызывает чрезмерная интенсификация оценки, которая достигается, во-первых, за счет неоправданного использования чересчур экспрессивных языковых средств (например, разговорной или грубо-просторечной лексики); во-вторых, за счет нагнетания языковых средств с определенной эмоционально-экспрессивной оценкой:

*Путин ...не может себе позволить такого соблазна как последовать за среднеазиатскими, либо белорусским президентом. Это – позорище для России. Кроме того, человек, когда долго **во власти, он портится**, у него **замыливается взгляд**, он **начинает лениться**, вокруг него **коррумпированные чиновники**, они **наживаются** в том числе и на огромной государственной собственности. Это, конечно, может быть и в традициях русского самодержавия пожизненно назначать царя и считать, что святее его нет никого на свете. Но это **катастрофа**, это приведет Россию к **коррупции беспредельной**, приведет Россию к **произволу, к нищете**. Эти все преемники, вот эти все назначенные, **проташенные, они же профнепригодные**, они не могут управлять Россией. **Какого черта их нам навязывают?** Я не понимаю, почему народ **держат за стадо безмозглое**, которое неспособно принять самостоятельное решение. (Б. Немцов).*

Столь активное использование негативно окрашенной лексики снижает объективность оценки предмета речи. Аудитория воспринимает оценочное высказывание как субъективное мнение оратора, которое может не соответствовать действительному положению вещей. По этой причине высказывания, насыщенные эмоционально-экспрессивной лексикой, как отрицательной, так и положительной, как правило, вызывают недоверие слушателей, а потому не оказывают эмоционального воздействия на аудиторию.

Оценочность должна работать на возбуждение определенных чувств у слушателей, а не служить средством выплескивания эмоций самого оратора.

4.4. Средства речевой выразительности¹

Традиционная риторика рассматривала тропы и фигуры как средство украшения речи. Не случайно М.В. Ломоносов называл тропы и фигуры «цветами красноречия». В классической риторике тропы и фигуры были призваны реализовать эстетическую функцию языка: сделать речь «красивой», пышной, яркой. Тропы и фигуры (изобразительно-выразительные средства) позволяли оратору продемонстрировать высокий уровень владения языком, придать речи необходимую патетику. С этой точки зрения, действительно, образцом использования изобразительно-выразительных средств являлась художественная литература.

У современного человека излишне пафосная речь с большим количеством сложных изобразительно-выразительных средств не вызывает, как правило, ни умиления, ни восхищения.

Однако практически в каждом пособии по риторике можно найти более или менее длинный перечень тропов и фигур с указанием на их выразительные возможности и с примерами из художественной литературы, которые совершенно не дают представления об особенностях использования этих приемов в ораторской практике.

Современный оратор должен в основном заботиться о воздействующей силе доводов и правильности их расположения, а не о цветах красноречия.

Поэтому в современной риторике тропы и фигуры – это не средства украшения речи, а средства воздействия на аудиторию.

В связи с этим для риторики не актуален вопрос о разделении и классификации тропов и фигур. Традиционное понимание: тропы – это

¹ В данном разделе рассмотрены только основные изобразительно-выразительные средства, используемые в риторических текстах.

вариации значений, фигуры – вариации структур. На практике фигуры и тропы трудно поддаются разграничению.

Для риторики важно, каким образом можно использовать изобразительно-выразительные средства.

Как правило, изобразительно-выразительные средства выполняют в риторическом произведении две основных функции:

- 1) используются в качестве риторических аргументов (метафора, сравнение, повтор, ирония, намек и др.);
- 2) выполняют роль композиционного текстообразующего элемента (повтор, антитеза, градация).

Из тропов в современной ораторской практике регулярно встречаются и осознаются слушателями преимущественно *сравнения и метафоры*.

Метафора и сравнение в риторике – это прежде всего способ аналогической аргументации. Не случайно Ю.М. Лотман считал, что «принцип аналогии составляет сущность риторических отношений» [Лотман 1981].

Метафора и сравнение в риторике имеют принципиальные отличия от метафоры и сравнения в художественном тексте.

Художественный текст создается в соответствии с определенной художественной задачей – воспроизвести тот или иной фрагмент бытия в соответствии с авторским видением. Этой художественной задаче подчинена образная система произведения, на создание которой и должны работать изобразительно-выразительные средства (вне контекста художественные метафоры и сравнения могут быть абсолютно непонятны).

Поэта или писателя не заботит, насколько понятно читателю каждое отдельно взятое сравнение. В художественном произведении изобразительно-выразительные средства могут быть любой степени сложности (неожиданные сравнения, многослойные метафоры и т.д.).

Например :

Тень несозданных созданий

Колыхается во мне,

Словно лопасти латаний

на эмалевой стене.

(В. Брюсов. *Творчество*).

Без соответствующих комментариев проникнуть в суть этого сравнения весьма сложно. Субъект (*тень несозданных созданий*) и объект сравнения (в данном случае тень от листьев комнатной пальмы), на первый взгляд, логически не соотносятся, но при этом создается яркий художественный образ.

В риторическом произведении сравнение и метафора должны быть прозрачны, легко воспринимаемы на слух, и в то же время действенны.

Сравнение – риторический прием (троп, фигура), в основе которого лежит образное сопоставление двух предметов или явлений по общему основанию, где представлен как субъект сравнения (что сравнивается), так и объект сравнения (с чем сравнивается).

Основное назначение сравнения заключается в том, чтобы обратить внимание слушателей на какую-нибудь одну или несколько особенностей упоминаемого предмета.

1. Сопоставимость субъекта и объекта (основание сравнения) должна быть очевидной для слушателя. Слушателю должно быть понятно, почему мы сравниваем данные предметы. У оратора нет времени объяснять аудитории, почему он сравнивает кошку с самолетом. Хотя не исключено, что при определенных усилиях эту общность можно обнаружить.

2. Сравнение должно фиксировать действительно существенный признак объекта.

Например, хобот у слона существенный признак, а хвост – не существенный (для сравнения, разумеется, а не для самого слона).

3. Объект сравнения должен быть хорошо известен слушателю.

Это особенно важно, если сравнение используется для объяснения. Как известно неизвестное проще всего объяснить через сравнение с известным.

Сравнение с известным предметом помогает сделать сложную мысль более действенной для аудитории. Так, в своей речи на I Съезде народных депутатов СССР академик Д.С. Лихачев, рисуя крайне бедственное положение библиотек, сказал: «Наши важнейшие библиотеки ... горят, как свечки». Простое, на первый взгляд, сравнение с бытовым предметом (свечка), который всем знаком, тем не менее оказывается очень емким: 1) отношение к библиотекам, как к копеечным свечкам (ср. *от копеечной свечи Москва сгорела*); 2) свеча горит быстро и от нее не остается ничего.

Развернутые сравнения усиливают эмоциональное воздействие, делают речь более убедительной.

Например: *Рынок подобен ветру, который надувает паруса, а государство подобно моряку, который управляет парусами и ведет судно заданным курсом, иногда даже не совпадающим с направлением ветра.* (В. Леонтьев).

Метафора – скрытое сравнение, где представлен только объект сравнения. **В основе метафоры лежат ассоциации по сходству.** Общие признаки могут быть выделены на основе разных представлений об одном и том же объекте. Например, общественно-политические изменения в России конца XX века можно обозначить метафорой *перестройка*, акцентируя признаки созидания и переделывания, а можно обозначить метафорой *агония системы*, подчеркнув признаки, которые указывают на конец прежнего политического строя. Метафоры могут акцентировать разные стороны одного и того же предмета или явления. Например, в отношениях США и СССР во второй половине XX века метафора *холодная война* подчеркивала противостояние, напряжение, метафора *гонка вооружений* указывала на момент состязательности, борьбы за мировой приоритет.

В риторическом тексте метафоры выполняют функцию аргументов. Метафоры-аргументы должны строиться в рамках определенной

метафорической модели, опирающейся на устойчивые ассоциации, которые присутствуют в сознании слушателя.

Например: **Политика** – спорт, театр, война. **Государство** – машина, здание, корабль.

Содержание тезиса определяет выбор метафоры. Например: тезис: *Российская экономика переживает глубокий кризис.* Возможные метафорические модели: болезнь, разрушение и т.д. Сами метафоры могут быть разнообразны и неожиданны, но при этом очевидны и воспринимаемы.

Метафора-аргумент уместна в любой ситуации (торжественной, официальной, академической), в любой аудитории, в любой речи (не только агитационной, где это – один из главных типов аргументов, но и в поздравлении, академической лекции и т. д.), т. к. она представляет тезис в наглядной форме, что делает его более запоминающимся.

Использование метафор-аргументов необходимо для общения с неподготовленной аудиторией: они помогают зримо представить то, что отсутствует в опыте слушателей.

В рамках определенной ассоциативной модели метафора может разворачиваться. **Развернутой** называется такая метафора, в которой **уподобление происходит сразу по нескольким основаниям.** В подобных случаях на основе метафоры строится целый условный мир. Например, уподобление государства кораблю можно развернуть, уподобив главу государства капитану, политический курс – курсу корабля, враждебное государство – пирату и т.д.

Например: *...Экономика заболела, экономика была тяжело больна, и то, что она больна до сих пор, никто не отрицает. Больного привезли в операционную, положили на операционный стол. Вовсе не означает, что после операции (а те миллиарды, триллионы долларов, которые весь мир вбросил на борьбу с этим кризисом – это операция)– не означает, что с операционного стола больной вскочил, побежал сразу заниматься физкультурой. С другой стороны, есть и другой вариант, не менее опасный.*

Этому больному дали наркоз, а дальше врачи говорят: «Слушайте, а может, не будем резать? То ли не там разрежем, то ли не то разрежем – пускай полежит, а вдруг сам выздоровеет». И та, и другая опасность сегодня являются основными...

Были сделаны очень серьезные шаги. Но еще раз говорю: когда привозят больного, он без сознания, он умирает, надо запустить сердце, надо спасти ему жизнь. Вот этого больного на операционном столе реанимировали. А теперь его надо начинать лечить. И невозможно говорить: «А давайте мы ему массаж поделаем, какие у него мышцы слабые!» – «Действительно, давайте наростим!» Можно создать инновационную экономику за год? Да вы ее за 10 лет власти не создали – и требуете от нас, чтобы мы это сделали за год... Сегодня прошла острая стадия кризиса. Это наш шанс. Воспользуемся мы им или нет? Это проблема сегодняшнего дня...»

Степень развернутости метафоры может быть различной. В приведенном ниже высказывании У. Черчилля она незначительна, но метафора превращает это высказывание в афоризм.

*«Я не приемлю того, что любезно говорили обо мне многие: будто я вдохновил народ. Воля его была тверда и беспощадна – и оказалась непобедимой. У этого народа, расселившегося по всему свету, было сердце льва. Мне же повезло в том, что меня позвали **рыкнуть**».*

Развернутая метафора может быть источником намека, который в прямой метафоре или сравнении был бы просто невозможен. Так, Виктор Шендерович говорит о Сергее Доренко: *«Вместо берцовой кости Примакова Доренко теперь **грызет горло** Путина. А мы, местные, знаем, что Доренко, если его **отвязать**, в живых жертву не оставляет... Вот Путин и понял, что если Доренко не остановить, он просто **перекусит** ему рейтинг»* Тема «кости», «горла», «привязи», «перекусывания» формирует определенный мир.

Метафора-аргумент, кроме пояснения мысли, также позволяет поддерживать контакт со слушателями.

Ирония (греч. притворство) построена на противоположности смысла и формы: за лексически положительной оценкой – отрицательное отношение. В сознании адресата удерживаются два значения – прямое и переносное – смысловая антонимия. *«Мы с восторгом восприняли те реформы, которые осуществляет наше многоумное правительство!»*. Разновидностью иронии является **антифразис** – прием, при котором слово употребляется в противоположном смысле: *Рокфеллер – бедняк, Геркулес – слабый человек* и т.д.

Ирония может осуществляться посредством **парадокса** – (греч. неожиданный, странный) – утверждения, изречения, противоречащего, на первый взгляд, здравому смыслу, но таящему в себе более глубокий смысл, т.е. парадокс – это кажущееся противоречие. Известные примеры парадоксальных высказываний: *«Мне ненавистны ваши взгляды, но я буду бороться за ваше право отстаивать их» (Вольтер); «Лучшее правительство то, которое меньше всего правит» (Т. Джефферсон)*.

Намек (претеризация) – пропуск, фигура умолчания – упоминание об известном факте без объяснения. Намек активизирует внимание слушателей, поскольку подразумевает додумывание адресатом высказывания говорящего. Кроме того, намек позволяет оратору избежать излишней категоричности в оценках.

А. Макаров: «Господин Дубинин (Глава Центробанка) ушел в Газпром продолжать свою деятельность» (имеется в виду воровство и махинации).

Е. Панина: «Людовик XIV, чтобы узнать, что думает о нем народ, переодевался в платье простолюдина и ходил по улицам. Я советую вам, Виктор Степанович, сделать то же самое. Только загримитесь получше» (данный намек имеет целью подчеркнуть непопулярность бывшего премьер-министра В.С. Черномырдина).

Повтор в риторическом произведении закрепляет основную мысль, повышает убедительность речи. «Что сказано трижды, тому верит народ!» Основная функция повтора в риторическом произведении – обратить внимание слушателей на сказанное, зафиксировать сказанное в памяти аудитории.

Существует множество различных типов повторов. Наиболее заметны в риторическом произведении **лексические повторы**.

Дословный повтор используется обычно для эмоционального усиления высказывания или для фиксации внимания аудитории на предмете или действии обозначаемом данным словом. Например: «...*Мы победим, победить мы должны, мы победим непременно!*» (У. Черчилль). Лексический повтор, используемый для эмоционального воздействия, может представлять собой так называемое удвоение (geminatio): «**Никто, абсолютно никто не имеет права...**» «**Мы и только мы можем это сделать!**»

Расширенный повтор – это повторение слова более двух раз с включением новых слов, усиливающих напряжение: «**Потом, только потом, лишь потом можно найти решение!**»

Анафора – это повтор первого предложения или части: «**Он видел несправедливость и пытался ее устранить, он видел страдания и пытался его смягчить, он видел войну и пытался покончить с нею**» (известный американский политик Э. Кеннеди о своем брате, сенаторе Р.Кеннеди).

Эпифора – повторение заключительного элемента фразы: «**Мне хотелось бы знать, как это случилось, почему именно так случилось**».

Фигура стыка – последующая фраза начинается с повтора элемента, завершающего фразу предыдущую: «**Мы следуем за тобой, потому что верим тебе, мы верим тебе, потому что знаем тебя**».

Разъяснение (correctio – исправление) – повтор с градацией (усилением или ослаблением): «**У нас хорошие студенты, у нас прекрасные студенты, самые лучшие студенты**» (часто сочетается с анафорой).

Разделительный повтор – повтор с антитезой: экономика для бедных и экономика для богатых; Германия Гете и Германия Гитлера.

Параллелизм – повторение фраз с одинаковой синтаксической структурой: «Купец наживает на мотовстве молодежи, земледелец богатеет благодаря высокой цене на хлеб, священники пребывают в почете по причине наших пороков...».

Частое употребление повтора (особенно лексического) создает так называемый эффект формальных заклинаний. Критически настроенная, рационально мыслящая аудитория воспринимает речь с большим количеством повторов как демагогию. С другой стороны, в эмоционально восприимчивой аудитории повторы могут оказывать эффект суггестивного воздействия. Не случайно психотерапевты и экстрасенсы широко пользуются приемом повтора. Как заметил Г. Ле Бон¹: «Зачастую повторение действует как доказанная истина».

4.5. Средства диалогизации монолога

Приемы диалогизация – это приемы, которые предполагают или имитируют реакцию слушателей. Диалогизация придает речи весомость, объективность и динамичность. Предугадывания возможной реакции собеседника оживляет выступление, повышает степень его воздействия. К средствам диалогизации традиционно относят приемы, связанные с вопросно-ответной организацией высказывания.

Дубитация – ряд вопросов к воображаемому собеседнику, служащих для постановки проблемы и обоснования формы рассуждения. Например: «Все чаще в СМИ публикуются социологические данные и прогнозы. Насколько надежны эти данные? Можно ли им доверять? Или это способ пропаганды желанного кандидата?» Дубитация – это своего рода план дальнейшего изложения и способ установить контакт со слушателями. Вопрос всегда вызывает ответную реакцию. Проблема исследуется вместе со

¹ Г. Ле Бон – французский социальный психолог, врач, антрополог и археолог. Автор книги «Психология народов и масс».

слушателями. Возрастает убедительность. Дубитация считается композиционным приемом, который выполняет роль зачина и может находиться как перед изложением сути дела, так после него. Благодаря своим интонационным особенностям, дубитация формирует очень динамичное вступление. Однако дубитация может использоваться и в начале смысловых блоков, фиксируя внимание аудитории на важных моментах речи. Дубитация может быть представлена как вопросы оратора самому себе, например, как средство демонстрации сомнения: *«Стоит ли им возражать? Или, быть может, они правы?»*

Объективизация (гипофора) – вопрос, на который автор отвечает сам. Это не риторический вопрос, поскольку форма вопроса использована здесь в прямом значении. Например: *«Что чаще всего вспоминают фронтовики? Они вспоминают войну».*

Объективизация так же, как дубитация, может выполнять роль зачина или служить способом фиксации поворотных моментов в рассуждении. Смена вопросительной интонации на утвердительную позволяет оживить внимание, восстановить контакт со слушателями, создать иллюзию диалога. Объективизация продвигает рассуждение вперед, поэтому таким способом могут быть построены целые фрагменты выступления.

Посмотрите, вот кто мы с вами? Можно сказать, что мы очень умные и хорошие машины. Мы умеем делать много разных вещей. Но какая особенность у каждой машины? – У всех разные лица. А зачем? Казалось, было бы проще, чтобы у всех были одинаковые лица. Было бы легче во многом, может быть, было бы меньше ошибок... Но для чего-то нужно, чтобы у нас были разные лица, разные характеры, разный опыт, чтобы мы все были разными людьми. (Ю.М. Лотман. Чему учатся люди).

Объективизация или гипофора может имитировать вопросы аудитории или воображаемого оппонента. В этом случае вопросная часть специально акцентируется: *Вы спросите: кому это нужно? Нам и нашим детям!* (в

вопросной части – прямая апелляция к аудитории); *кто-то может спросить, возникает вопрос* и т.д.

Диалогичность речи повышается за счет приемов, вовлекающих слушателя в процесс размышлений или рассуждений оратора. Одним из таких приемов является коммуникация.

Коммуникация – это мнимая передача трудной проблемы на рассмотрение слушателей. Оознавательные знаки такого приема – глагольные формы 2 лица множественного числа, обращенные к слушателям: *судите сами, решайте сами, считайте сами* и т.д. Здесь две составляющих: 1) факты, приводимые оратором; 2) предложение слушателям самостоятельно сделать вывод. Например: *«Зарплата гендиректора Российской госкорпорации в России – 400 тысяч рублей в месяц, зарплата врача или учителя в лучшем случае – 7–10 тысяч. Вот и поразмышляйте на досуге, «кому на Руси жить хорошо»!* Коммуникация повышает убедительность рассуждений, поскольку слушатель в ней участвует сам.

Иллюзия живого общения с аудиторией усиливается также за счет приемов, имитирующих переход к неподготовленной речи.

Парантеза – самостоятельное интонационно выделенное высказывание, вставленное в основной текст: *«Большинство преподавателей жалуется (впрочем, на это жалуется уже лет двести), что нынешнее поколение студентов менее творческое, менее мотивированное...* Это своего рода авторская ремарка для аудитории. Парантеза представляет собой добавочное разъяснение или авторскую оценку, может быть средством иронического изложения. Парантеза создает иллюзию перехода от подготовленной речи к неподготовленной. При использовании парантезы необходимо четкое интонирование: повышение или понижение тона.

Сегментация – это вынесение важного для автора компонента высказывания в начало фразы и превращение его в самостоятельное назывное предложение. Это так называемый именительный темы (именительный представления), когда подлежащее предложения

предшествует всему предложению, а внутри него заменено местоимением. Именительный темы создает рассеченную, сегментированную конструкцию, в которой выделена тема, и служит хорошим средством для расстановки в речи логических акцентов. Если далее следует вопросительное предложение, это своего рода «заголовочная» конструкция: *Индийские йоги: кто они?* Поэтому прием сегментации может быть использован для акцентирования важных понятий в речи. Если далее следует повествовательная или восклицательная конструкция, то этот прием придает высказыванию пафосность: *«Родина. Как много стоит за этим словом!»*

Парцелляция – отделение одного или нескольких последних слов высказывания для привлечения внимания слушателя. Парцелляция может выполнять целый ряд функций.

1. При помощи парцелляции происходит выделение наиболее важного смыслового элемента высказывания: *«Это у казаков **не принято. Не принято**».*

2. Пацеллированная часть может включать в себя уточняющий компонент: *«Это приводит к осложнениям. Порой очень серьезным».*

3. Парцелляция может использоваться как средство создания иронии: *«Процесс пошел. **Вспять**».*

Парцелляция – прием разговорной речи. В месте парцелляции необходима четкая интонация конца предложения.

Приемы диалогизации, с одной стороны, постоянно вовлекают слушателей в коммуникативный процесс, поскольку вопросительные конструкции и соответствующая им вопросительная интонация, как известно, вызывают у адресата почти рефлекторную ответную речевую реакцию, с другой – использование этих приемов позволяет менять ритмический рисунок речи и потому позволяет избежать монотонности и делает речи менее утомительной для слушателей.

ГЛАВА V.

МЕМОРИЯ (подготовка к выступлению)

5.1. Подготовка и использование текста выступления

С точки зрения привязанности говорящего к тексту выступления различают три вида ораторов: «соловей», «воробей», «лошадь».

«Соловей» – оратор, способный выступить без конспекта. Однако это требует: а) большой практики выступлений; б) максимальной сосредоточенности, концентрации на собственной речи, что порой приводит к потере контроля над аудиторией. Но в сущности, это высший пилотаж ораторского искусства (А.Ф. Кони: «Я никогда не записывал речи»).

«Воробей» – оратор, который имеет перед собой текст, но не читает, а лишь периодически в него заглядывает («клюнет – почирикает»).

«Лошадь» – оратор, который не отрывается от текста, как лошадь от кормушки, поэтому болезненно относится к вопросам по ходу выступления.

Дейл Карнеги утверждал, что всякое обращение к записям на 50 % убивает интерес слушателей и советовал учить выступление наизусть. Современному оратору вряд ли стоит следовать совету американского специалиста по двум причинам: во-первых, заучивание требует такого количества времени, которым вряд ли кто-то из нас сегодня располагает; во-вторых, заученная речь сковывает речевое мышление (оратор сосредотачивается на самом процессе говорения (забытое слово превращается в катастрофу), а не на теме своей речи. Кроме того, наличие у выступающего конспекта аудитория нередко воспринимает как своего рода показатель уважения к слушателям, свидетельство тщательной подготовки к выступлению. «Мастерам блефа хорошо известно: ничто так не действует на публику, как внушительность, – в данном случае пачка листков, которые оратор энергично перелистывает на трибуне» [Стюард, Уилкинсон 2000]. Оратору текст придает уверенность, успокаивает. Степень фиксации текста

может быть разной: почти полная речь, конспект текста (краткое содержание), конспект ключевых слов (фиксируется каркас предложения). Конспект ключевых слов – это наиболее удобный способ фиксации: создается свобода от текста (исчезает соблазн читать текст не отрываясь), можно варьировать речевые средства, не искажая мысль, что развивает речевое мышление. Можно составить тезисный конспект или записать только план. Для современного оратора важно стать хорошим «воробьем» и не опускаться до «лошади».

5.2. Помещение для выступления

При подготовке выступления оратор должен учитывать особенности помещения, в котором ему предстоит выступать. Важным условием хорошего звучания речи является наличие акустической опоры позади оратора – стены, доски и т.п. Открытая сцена поглощает звук, и окончания слов не слышны. В этом случае нужна четкая артикуляция слов, особенно оканчивающихся на гласные.

В слишком высоких помещениях нередко есть эхо. В этом случае необходим замедленный темп речи.

В квадратных помещениях говорить лучше из угла: тогда слушатели находятся внутри звукового конуса.

Кафедра или трибуна сковывают, особенно если они находятся слишком далеко или высоко по отношению к слушателям. Если слушателей не слишком много, оратору лучше находиться на одном уровне с ними – так легче установить контакт с аудиторией. Если слушателей много, нужно выбрать такую позицию, чтобы всем было вас не только слышно, но и видно.

Если зал большой, а слушателей мало, стоит их сконцентрировать в одном месте зала. Разумеется, делать это нужно аккуратно, не в приказном порядке («*В театре первые ряды самые дорогие*»). Рассредоточенность слушателей не позволяет установить зрительный контакт с аудиторией, вынуждает говорить громко.

Если слушателей меньше, чем вы ожидали, не следует выражать разочарования или ругать присутствующих за отсутствующих («*Лучшие люди здесь!*»)

Выступать лучше стоя по следующим причинам: а) так легче контролировать аудиторию; б) так проще концентрировать на себе внимание аудитории; в) оратор получает большую свободу движений; г) так легче дышать.

Перед выступлением обязательно нужно учесть ситуацию речи: время (утро, вечер), место, условия. Например, если выступление назначено на конец рабочего дня, запланировано в неудобном помещении (слушатели вынуждены стоять, в помещении душно и т.п.), оратор должен подумать, как сделать свое выступление, по возможности, кратким, но информативно насыщенным и интересным (необходим более жесткий отбор материала, больше ярких, запоминающихся фактов и примеров).

ГЛАВА VI. АКЦИЯ (произнесение речи)

6.1. Дикционная культура ораторского выступления

Дикционная культура ораторского выступления подразумевает четкое произнесение слов и фраз в соответствии с нормами произношения и ударения. Оптимальная скорость речи – 90-100 слов в минуту (темп речи должен меняться по ходу выступления). Темп 50-70 слов/мин. усыпляет аудиторию. Умение говорить быстро неразрывно связано с умением говорить четко. Умение быстро проговаривать слова позволяет варьировать темп. Темповые параметры речи определяются характером дискурса: жанром, стилем выступления, характером аудитории и т.п.

Важную роль в риторическом выступлении играет паузирование.

Обычно под словом *пауза* понимают два явления: реальный перерыв в звучании и смену тона на межфразовой границе.

Характер паузирования определяется двумя моментами: местом возникновения пауз и их продолжительностью.

1. **Грамматические паузы** делаются в местах, предназначенных для членения системой языка. Сигналом таких пауз являются, как правило, знаки препинания.

2. **Паузы колебания**, или **хезитации** относятся к непреднамеренным паузам. Они свидетельствуют о спонтанном характере речи. Большое количество пауз хезитации говорит о неподготовленности речи, неуверенности или волнении говорящего. Вместе с тем, паузы хезитации могут быть использованы и как специальный риторический прием, когда спонтанная речь имитируется оратором, чтобы создать у слушателей иллюзию «живого» процесса размышления. Это привлекает внимание аудитории, создает ощущение диалога между публикой и оратором.

3. «**Дикторские**» паузы обычно делаются перед трудными для произнесения словами, иностранными именами и названиями.

4. **Психологические** паузы служат для выделения слов, несущих дополнительную нагрузку. Психологические паузы усиливают значение отдельных слов, способны придавать тексту экспрессивность. Психологические паузы могут быть предшествующими (для создания напряжения перед предъявлением решающего аргумента, неожиданного вывода и т.п.) и последующими – для обдумывания сказанного.

По своей продолжительности паузы бывают трех видов: **короткие, средние и длительные**. Если говорить о нейтральных и окрашенных в стилевом отношении паузах, то роль нейтральных следует отнести средним паузам. Короткие и длинные паузы встречаются, главным образом, в стилистически окрашенной речи. Преобладание длинных пауз на фоне нейтральных говорит о торжественном, возвышенном характере текста, оно уместно в тех жанрах книжных стилей, которым свойственны эти качества.

Слишком длинная пауза имеет сильную стилистическую окрашенность, поэтому в риторическом выступлении такие паузы не должны использоваться часто.

Способы обозначения разного типа пауз в интонационной транскрипции:

///- длительная

// - средняя

/- короткая

[.] - дикторские паузы;

(.) - паузы колебания;

.: - психологические паузы;

В звучащем тексте слова могут выделяться при помощи различных средств: увеличением длительности слова, интонационным выделением, усилением и ослаблением голоса громкости, психологической паузой. Это

позволяет придать словам дополнительную смысловую нагрузку или эмоциональную окраску.

6.2. Ораторская лихорадка

Наилучшим из всех ораторов будет тот,
кто, перед тем как встать, еще не знает,
что сказать; начав говорить, не понимает, что говорит;
сев на место, не помнит, что говорил
У. Черчилль

«Перспектива выступить с речью на публике может превратить психически здорового и уравновешенного человека в неврастеника», – замечают Крис Стюард и Майкл Уилкинсон в книге «Ораторское искусство (притворись его знатоком)» и дают ряд остроумных, однако зачастую не лишённых смысла рекомендаций:

➤ *Дышите глубже. Только смотрите, чтобы ваше шумное сопение не было неправильно истолковано публикой. Пара глубоких вдохов перед началом речи может сотворить чудо. Попробуйте.*

➤ *Выполняйте физические упражнения. Многие знатоки ораторского искусства скажут вам, что для снятия напряжения перед выступлением лучше всего напрячь мышцы правой стороны тела, а затем расслабить их, после чего таким же образом сконцентрироваться на левой. Не поддавайтесь на провокацию. Опытным ораторам известно, что это лучший способ довести себя до судороги, а весьма непросто начать речь, когда тебя дергает из стороны в сторону, как паралитика.*

➤ *Закройте глаза. Специалисты советуют расслабляться, закрыв глаза, думая о чем-нибудь мирном и спокойном. На первый взгляд, неплохой способ, но вскоре можно обнаружить, что медленно, но верно погружаешься в сон.*

➤ *На трибуну поднимайтесь энергично. Настоящий профессионал при этом слегка споткнется, чтобы вызвать сочувствие публики, поскольку знает: сочувствие ему еще ой как понадобится.*

➤ *Соберитесь с мыслями. Выйдя на сцену, сначала убедитесь, что ваши записи в порядке. Не бросайтесь очертя голову с места в карьер. Время только взвинтит аудиторию, и она будет с нетерпением ожидать, когда вы начнете делиться с ней своей мудростью. К тому же, чем больше пауз, тем меньше вам придется говорить.*

➤ *Сделайте два-три глубоких вдоха. Как уже говорилось, задача состоит в том, чтобы снять напряжение перед выступлением. Со стороны это, правда, производит несколько странное впечатление: публика может подумать, что на сцену вышел актер, который пытается изобразить рыбу. И что бы вы ни сказали, они будут приятно удивлены, услышав от рыбы какие-то звуки.*

➤ *Установите контакт с аудиторией. Контакт может принять форму гипнотического сеанса. Если же это не подействовало, можно привести публику в это состояние с помощью зрительного контакта, т. е. не спускать с публики глаз. Однако при этом вы в скором времени поймете, что и зал смотрит на вас. Если вас это нервирует, возвращайтесь к 3-му пункту.*

➤ *Начните речь. Желательно, чтобы она текла в соответствии с вашим текстом, карточками или подсказкой телесуфлера. Если вы обнаружите, что произносимое вами никак не связано с тем, что вы собирались сказать, не теряйтесь. Ясно, что сдали нервы, и потому прочитайте два-три первых абзаца речи, пока будете восстанавливать дыхание. Квалифицированный оратор создаст при этом видимость, что сделал паузу для пуцего эффекта.*

Говорите медленно. Это превосходный способ растянуть выступление. К тому же он даст вам еще одно важное преимущество: когда вы наконец дойдете до главной мысли, то сможете притормозить еще больше, напирая на два-три предложения, которые займут у вас столько времени, сколько при нормальной скорости чтения ушло бы на целую страницу.

➤ *Смотрите бодро. Живой взгляд – залог успеха оратора. Несколько простых мимических действий вроде улыбки или поднимания бровей могут также отвлечь внимание зала от того факта, что ваши записи в беспорядке и что вы только что прочли им 3-ю страницу вместо 2-й.*

➤ *Делайте паузы. Не обязательно для того, чтобы подчеркнуть смысл, а просто чтобы прервать поток слов и заглянуть в текст выступления.*

➤ *Двигайтесь. Очень хорошо, если оратор перемещается от одной точки сцены к другой так спокойно и плавно, как это только возможно. Это отвлекает аудиторию, и она уже не замечает явных противоречий в том, что говорится, и теряет способность долго концентрировать внимание на отдельных моментах речи, а стало быть, и сформулировать какой-нибудь злобный вопрос оратору [Стюард, Уилкинсон 2000].*

В этих шуточных рекомендациях указаны основные способы преодоления «ораторской лихорадки».

- ❖ Это может быть так называемая *физическая разрядка*: переставить предметы на столе, закрыть дверь, положить перед собой часы (постоянные взгляды оратора на запястье будут отвлекать публику во время выступления). Оптимальной для выступления считается поза, когда руки имеют опору (стул, кафедра, стол), поскольку эта поза создает равновесие, придает уверенность.
- ❖ Снять напряжение помогут *свои люди в зале*: если в первом ряду сидит кто-то, кого вы хорошо знаете, начинайте говорить, глядя на него и ориентируясь на его реакцию.
- ❖ Помогает успокоиться *пауза* в 10-15 сек. перед началом выступления и замедленный темп в начале речи.
- ❖ Если вы боитесь, что вопросы по ходу речи могут сбить вас с мысли, сразу договоритесь с аудиторией о том, чтобы *вопросы* поступали к вам *в письменном виде* или в конце выступления.

«Ораторская лихорадка» постепенно преодолевается с ростом риторической практики: чем чаще человек выступает перед публикой, тем меньше он этой публики боится. Вместе с тем, любое публичное выступление – это **уникальная** коммуникативная ситуация, которая требует от оратора психологической и интеллектуальной концентрации для эффективного речевого взаимодействия с аудиторией.

6.3. Установление контакта с аудиторией

Установление контакта с аудиторией (*captatio benevolentiae*) – это обеспечение благожелательности слушателей по отношению к оратору.

В русском языке нет универсального обращения, поэтому обращение к множественному адресату выбрать трудно. *Дамы и господа!* – не всегда уместно и не совсем привычно. *Дорогие (уважаемые), коллеги!* – подходит только к определенной ситуации. *Уважаемые присутствующие!* – бесцветно, невыразительно и отчасти неуважительно. *Уважаемое собрание* – старомодно, но красиво.

Если в зале присутствуют важные лица, то сначала обращаемся к ним в соответствии с рангом (*Уважаемый председатель государственной комиссии, уважаемые члены государственной комиссии, уважаемые коллеги!*). Таких иерархических обращений не должно быть более трех.

Обращение не должно быть фамильярным и снисходительным. Обращение *Дорогие друзья!* годится только для неформальной обстановки.

Если сложно подобрать подходящее обращение, достаточно просто поздороваться.

Приемы установления контакта:

Комплимент аудитории – своеобразный приветственный реверанс (в незнакомой аудитории («*Прийти в такую погоду на лекцию могут только очень заинтересованные люди*». «*Мои коллеги говорят, что с вашей группой легко и интересно работать. Теперь у меня есть возможность самой в этом убедиться*»)).

Ораторский аванс – оратор подчеркивает что ему важно, чтобы его поняли, чтобы его выступление не прошло для слушателей бесследно: «*Несмотря на сложность темы, я постараюсь...*»

Апелляция к чувству юмора. Апеллировать к чувству юмора слушателей, начиная выступление с шутки, юмористического замечания, анекдота, можно только в хорошо знакомой аудитории. Необходимо помнить, что юмор по-разному воспринимается в зависимости от возраста, культурного уровня, национальности. Достаточно вспомнить известный рассказ сатирика М. Задорнова о том, как он шутил с пограничниками разных стран и на вопрос, везет ли он с собой наркотики, отвечал: «*Дома забыл*». Реакция на такой ответ, как известно, была разной: «*У итальянцев хорошее чувство юмора. Как жалко, – сказал итальянец. – Мы бы с вами прямо сейчас...*». *Англичане более чопорные. – « В следующий раз возьмите с собой», – ответил пограничник, и я не понял, кто кого разыграл. Черт меня дернул немцу сказать: «Наркотики я дома оставил». – «Где дом?» – спросил он. – «Я пошутил». – «У нас не шутят». Меня отвели в офицерскую, расспрашивали, я им объяснял, что я – сатирик. Потом меня под конвоем отвели в самолет...».*

Не начинайте речь с извинений и оправданий.

Древние советовали начинать с мнимой неуверенностью, подчеркнута тихо, чтобы заставить слушателей сосредоточиться, однако этот прием годится не для всякой аудитории.

Жестикуляция во время выступления не должны привлекать внимания публики. (Как известно, финн в среднем делает 1 жест в минуту, француз – 80).

Во время выступления, если слушатели устали, активизировать их внимание можно следующими способами:

- а) усилить или понизить громкость;
- б) сделать паузу;
- в) задать вопрос аудитории.

Завершая разговор о том, как подготовить риторический текст, хотелось бы еще раз обратить внимание на то, что предметом современной риторики является не процесс виртуозного говорения, а **взаимодействие** с множественным адресатом, умение работать на определенную аудиторию в соответствии с конкретными задачами. Важность такого подхода в полной мере иллюстрируют воспоминания Л.В. Успенского о двух ораторах – преподавателях Ленинградского университета:

«Среди наших учителей... был профессор, читавший, если я не ошибаюсь общую теорию искусства. Он был большим мастером гладкой без единой паузы или заминки льющейся речи. Ему нельзя было поставить в вину ни одной языковой неточности: каждая фраза была построена совершенно правильно, была «оптимальной» длины, все связи между членами предложений и между главными и придаточными предложениями безукоризненно соответствовали правилам грамматики и синтаксиса. Слушать его лекции было так же легко и приятно, как пение хорошо насвистанного кенара. Надо отдать ему справедливость: он вовсе не был «пустоболтом», он говорил довольно дельно.

В первом семестре аудитория ломилась от слушателей... А к концу семестра почти все места в зале пустовали... У всех было впечатление, что перед нами работала точно отрегулированная говорильная машина, как сказали бы теперь – робот. Слушать сначала было занятно, потом – скучновато, под конец – тошновато.

В том же семестре начал читать нам лекции Лев Владимирович Щерба... Л.В. Щерба был признанным знатоком и грамматики, и синтаксиса, и притом не одного только русского языка. Читая свои лекции, он говорил с нами так, как если бы во всех языках мира действовали лишь те правила, которые он сам считал должным для себя установить. Но вернее было бы сказать, что он не «говорил» с нами. Он словно бы «думал» перед нами «вслух», откинув прочь все правила речеведения. Он «размышлял» над вопросами, ещё ни им и никем другим не решенными. Он позволял нам

увидеть, как из сложного клубка идей и представлений мало-помалу формируется и выкристаллизовывается одна самая главная мысль, основная идея...

Он говорил неторопливо, задумчиво, смотря не на слушающих, а как бы внутрь себя. Он нередко останавливался на середине предложения и, не завершая его, начинал новое в связи с изменившимся течением мысли. Совершенно не стесняясь, он прерывал себя многочисленными: «Хотя – как сказать», «но ведь с другой стороны...», «впрочем, а так ли?» Он позволял себе – так нам казалось попервоначалу – и вовсе уходить в сторону от своей темы, неожиданно включая в строгие рассуждения ученого диковинные бытовые «интермедии». «Русь, – серьезно и важно говорил он, – как это ни неожиданно, уже в глубокой древности имела деловые связи с франками...» (При слове «франки» глаза его внезапно убежали куда-то за стены помещения.) «Франки... германское племя... В языке наших предков – фряги... френзи... Помните: «фряжское вино»... «романея»... Да, вот! Всю жизнь хотелось мне отведать его, «фряжского вина», «романеи»... Не пришлось. Нет, не пришлось...»

Сначала нам все это казалось чудачеством ученого, вроде рассеянности Пальмирена Розетта у Жюль Верна, а может быть, и просто врожденным пороком речи, неумением говорить перед «публикой».

Но это было смешным заблуждением. В. Л. Щерба великолепно «умел» говорить с плавностью и блеском опытного дипломата: мы убедились в этом, когда в Россию приехал русист-француз Андрэ Мазон и Л. Щерба у нас в институте выступил с приветственной речью. Он произнес её сначала по-русски и тут же непосредственно по-французски с одинаковым блеском и изяществом. Нет, он «умел» говорить «правильно»; он не «хотел» пользоваться этой правильной речью, беседуя с нами. И действуя так, навеки вкладывал в головы своих слушателей то, что считал важным им сообщить. Следовательно, заключаю я, он говорил если не всегда правильно, то всегда хорошо. Он отлично знал, что речь только правильная быстро и

легко понимается, но чаще всего почти совсем не запоминается. А вот речь хорошая, в том смысле, который придается данному слову в этой книге, она не только понимается, она к тому же ещё и чувствуется. И запоминается поэтому надолго» (Л.В. Успенский. «За языком до Киева»).

ГЛАВА VII. СПОР КАК РИТОРИЧЕСКИЙ ЖАНР

7.1. Виды спора.

Спор – это публичное обсуждение проблемы, интересующей участников обсуждения; это столкновение различных точек зрения в процессе доказательства и опровержения.

«Спор» – это обыденное обозначение различных жанров риторического диалога, например, диспута, дискуссии, полемики.

Основной логический элемент спора – тезис, который доказывают или опровергают участники спора. Тезис – это утверждение, которое не является общепринятым.

Тезис – мысль, для обоснования истинности или ложности которой строится аргумент.

Аргумент – логический довод, служащий основанием доказательства.

Основное требование к тезису и антитезису – формулировка должна быть краткой и понятной, она должна включать только одну мысль.

Пропонент – тот, кто выдвигает тезис.

Оппонент – тот, кто опровергает тезис и выдвигает антитезис.

Каждый из участников спора должен аргументировать свою позицию.

Диспут (от лат. disputare – рассуждать, спорить) – публичный спор о нравственных, политических, научных проблемах. Он ограничен во времени и пространстве.

Дискуссия (от лат. discussio – рассмотрение, исследование) – публичное обсуждение каких-то проблем на собрании, конференции, в печати и по телевидению.

Дискуссия – конструктивная речевая стратегия.

Полемика (от греч. polemikos воинственный, враждебный) – утверждение своей точки зрения любой ценой. При этом средства не выбираются: «на войне как на войне»

Полемика – деструктивная речевая стратегия, форма диалога, при которой действия его участников ведут к конфронтации.

Существует два уровня спора:

- спор за истинность тезиса (*Белое или чёрное, брито или стрижено и т.п.*)
- спор об аргументах (*это стрижено, потому что действовали ножницами...*)

Споры бывают сосредоточенные и бесформенные:

- сосредоточенные – спор вокруг одной мысли, одного стержня;
- бесформенные – уход от центральной проблемы, обычно к концу такого спора трудно вспомнить, с чего всё началось.

Сосредоточенный спор по количеству участников различают на простой (2 человека) и сложный (в аудитории).

Спор может проводиться при слушателях и без них. Это очень важный фактор, так как поддержка аудитории или её неодобрение могут оказать решающее воздействие на результат.

Наиболее известная разновидность спора для слушателей – дебаты. Участники стараются убедить в своей правоте не столько друг друга, сколько публику

Письменный спор, чаще представлен в виде дискуссии, больше подходит для выяснения истины, чем устный, однако является более продолжительным.

Споры можно разделять по мотивам, в зависимости от того, какую цель преследуют участники.

- Спор для разьяснения истины. Это высшая форма спора, обычно представлена дискуссией. Например, проверка научного открытия. При этом оппоненты интеллектуально равны, и сомнительные приёмы исключаются.
- Спор для убеждения противника. Этот уровень является более низким. Такой спор может вестись как из лучших побуждений, так и ради корысти (например, в торговле).
- Спор ради победы. Здесь используются любые приёмы. В таком споре истина не важна и переубеждать оппонента не обязательно. Главное – выиграть спор, а «победителей не судят».
- Спор ради спора. Наибольший интерес здесь представляет сам процесс. Остальное не важно.

7.2. Приёмы спора

Приемы, использующиеся в споре, можно разделить на корректные и некорректные. На практике это деление весьма условно.

Корректные приёмы:

➤ «Возвратный удар» – построение контраргументов по схеме пропонента: использование тех же самых синтаксических структур речи.

Пример:

- Во-первых, я вчера видел в ресторане твою жену.

Во-вторых, она была с мужчиной.

В-третьих, как тебе во-вторых?

- Во-первых, ты ошибся: моя жена вчера весь вечер общалась с твоей женой по телефону.

Во-вторых, твоя жена сообщила ей, что подает на развод, поскольку ты все время где-то пропадаешь.

В-третьих, как тебе во-вторых?

➤ Подхват реплики.

Пример:

Прокурор: Если бы жертвы преступления могли оказаться в зале суда, они вряд ли смогли бы простить подсудимого.

Адвокат: Если бы жертвы преступления могли оказаться в зале суда, они бы сказали, кто виновен, а кто не виновен, так как прямых доказательств виновности подсудимого нет.

➤ Апелляция к публике. Апелляция к чувствам, интересам, опыту аудитории (*Это не может не вызвать у вас сочувствия...; каждый ребёнок знает, что...; кого из нас не обманывали мошенники...*).

➤ «Подмазывание» аргумента. Включение в аргументацию комплимента (*«Вы как умный человек не станете отрицать, что...»*).

Некорректные приёмы:

➤ Вопрос-суждение. Высказывается пространное, обидное для оппонента суждение, а потом задаётся вопрос. Отвечающий вынужден оправдываться, а на вопрос отвечать кратко. Контрприём: суждение игнорируется, основной упор делается на вопрос (*«Вы ещё слишком молоды, чтобы судить об этом»*).

➤ «Ошарашивание» вопросами. Задаются три вопроса, на которые оппонент не может ответить конкретно и утвердительно. Соответственно делается вывод о некомпетентности собеседника. Например:

- Можете ли вы получить зачет по математике? А сдать сессию на отлично? А сделать это досрочно?.. Не вам рассуждать о теореме Пуанкаре!

➤ Однозначно негативная, никак не аргументированная реакция на любые доводы и аргументы собеседника. Например: *«Это банально!», «Наивно!», «Неубедительно!»*.

➤ Ссылка на непроверяемые авторитеты. Фраза может начинаться так: *«Как сказал Сократ (М.В. Ломоносов, А.С. Пушкин, У. Черчилль)...»*,

при этом не важно, говорили они это или нет. Необходимо отметить, что этот приём рассчитан только на неосведомлённого оппонента.

➤ Переход на личности. Это известный риторический прием *argumentum ad personem*. А. Шопенгауэр назвал этот прием «последняя уловка». Это может быть негативная оценка адресата по этическим, нравственным, интеллектуальным и др. параметрам, это может быть подчеркивание физических недостатков адресата и т.п. Применительно к ситуации спора прием *argumentum ad personem* представлен как некорректный во всех учебных пособиях по риторике. Лучшую инструкцию по применению этого приема дал в одном из своих монологов М. Жванецкий:

«...Что может говорить хромой об искусстве Герберта фон Караяна? Если ему сразу заявить, что он хромой, он признает себя побежденным. О чем может спорить человек, который не поменял паспорт? Какие взгляды на архитектуру может высказать мужчина без прописки? Пойманный с полчным, он сознается и признает себя побежденным.

И вообще, разве нас может интересовать мнение человека лысого, с таким носом? Пусть сначала исправит нос, отрастит волосы, а потом и выскажется.

Поведение в споре должно быть простым: не слушать собеседника, а разглядывать его или напевать, глядя в глаза. В самый острый момент попросить документ, сверить прописку, попросить характеристику с места работы, легко перейти на «ты», сказать: «А вот это не твоего собачего ума дело», и ваш партнер смягчится, как ошпаренный» (М. Жванецкий «Стиль спора»).

➤ Повышение психологической значимости доводов за счёт апелляции к собственному опыту: *«Да я десять лет проработал на заводе...»*

➤ Прием расширения. Крайняя форма – доведение до абсурда.

Этот прием иллюстрирует известный анекдот:

Муж: Ты не права, дорогая!

Жена: Ах, я не права! Значит я лгу! Значит я брешу! Значит я собака?!

Мама! Он меня шавкой назвал!

➤ Наклеивание ярлыка. Особенность этого приёма в том, что «наклеивший» ярлык не обязан объяснять, почему он это сделал, а его противнику придётся долго доказывать, что он «не верблюд». Пример: *«Вы говорите как фашист (коммунист, империалист, садист, мазохист и т.п.)»*

➤ Подмена тезиса.

Пример: *Судья спрашивает преступника:*

- Сделали ли вы хоть когда-нибудь людям что-то хорошее?

- О да, ваша честь! Благодаря мне десять детективов постоянно имели работу, – гордо отвечает тот.

➤ Неоправданное употребление терминологической лексики и иностранных слов (*«Что вы можете сказать о суперпроводящих магнитах амбивалентно формирующих квазиторoidalную анизотропную плазму, когерентную дивергентным флуктуациям?»*)

➤ Софизм – преднамеренное и тщательно замаскированное нарушение логики. Пример:

- Знаете ли вы, о чём я хочу вас спросить?

- Нет!

- Неужели вы не знаете, что лгать не хорошо?

- Конечно, знаю.

- Но именно об этом я и собирался вас спросить, а вы ответили, что не знаете. Выходит, что вы не знаете то, что знаете.

➤ Апелляция к некомпетентности. (*«Откуда вам знать о ...?»*, *«Что вы знаете о ...?»*,

- Извините, но я не могу взять в толк, как вы, человек, не имеющий знаний по данному вопросу, ввязались в спор!)

Мы рассмотрели основные приёмы ведения спора. Какие приёмы использовать, а какие – нет, решайте сами. Всё зависит от того, что вы хотите

получить в результате спора. Великий русский писатель Иван Сергеевич Тургенев считал, что полезен любой спор:

«Спорь с человеком умнее тебя: он тебя победит, но из самого твоего поражения ты можешь извлечь пользу для себя. Спорь с человеком равного ума: за кем бы ни осталась победа – ты по крайней мере испытаешь удовольствие борьбы. Спорь с человеком ума слабейшего... Спорь не из желания победы, но ты сможешь быть ему полезным. Спорь даже с глупцом: ни славы, ни выгоды ты не добудешь, но отчего бы иногда не позабавиться?»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный публичный дискурс – едва ли не самый сложный вид речевой коммуникации. Современная аудитория, информированная и прагматичная, решительно не приемлет никакой патетики, никакой откровенной дидактики, словом, всего того, что может нарушить паритетные отношения между оратором и слушателями. Самая трудная задача для современного оратора лежит в сфере коммуникации: быть с аудиторией «на равных», независимо от возраста, пола, уровня образования и т.д.

При этом следует отметить, что современная аудитория (особенно если говорить о молодежной аудитории), увы, не всегда владеет необходимым культурным потенциалом, что существенно ограничивает выбор языковых и речевых средств и аргументативную базу риторического произведения. Поэтому оратору нужно уметь «научить, не поучая».

Риторика, о которой мы говорили в данном пособии, – это риторика лингвистическая, риторика коммуникативная. Подготовка эффективного воздействующего риторического произведения невозможна без учета коммуникативных возможностей языковых и речевых средств.

В основе риторических знаний, навыков и умений лежит основательная лингвистическая подготовка. Никакие риторические курсы и тренинги не помогут человеку «без языка». Не верьте, что там за три дня из вас сделают Цицерона. Успешная и эффективная публичная коммуникация – это результат серьезной лингвистической работы.

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Анисимова, Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика : учеб. пособие. – М.: Московск. социально-психологический ин-т; Воронеж : Изд-во НПО «Модэк», 2002 – 432 с.
2. Аннушкин В. И. История русской риторики: хрестоматия. – М.: Флинта; Наука, 2002. – 416 с.
3. Аннушкин В. И. Русская риторика: исторический аспект. Учебное пособие. – М.: Современный литератор, 2003. – 398 с.
4. Аннушкин В.И. Риторика : ввод. курс. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 291 с.
5. Антология русской риторики. – М.: Изд-во Университет, гум. лицей, 1997. – 479 с.
6. Аннушкин, В.И. История русской риторики : хрестоматия: Учебное пособие для вузов. – М.: Флинта. Наука, 2002. – 416 с.
7. Аристотель. Риторика / Аристотель // Логика и риторика: хрестоматия / сост. В.Ф. Берков, Я.С. Яскевич. – Мн. : НТООО «ТетраСистемс», 1997. – С. 126–153.
8. Вагапова, Д.Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах. – М.: Цитадель, 1999. – 460 с.
9. Введенская, Л.А., Павлова, Л.Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 556 с.
10. Винокур В. А. Уловки в споре. – СПб. : Речь, 2005. – 142 с.
11. Граудина, Л.К., Миськевич, Г.И. Теория и практика русского красноречия. – М.: Наука, 1989.– 256 с.
12. Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М.: ИНИОН АН СССР, 1989. – С. 13–40

13. Зарецкая, Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. – М. : Дело, 1998. – 480 с.
14. Иванова-Лукьянова, Г.Н. Культура устной речи. Интонация, паузирование, логическое ударение, темп, ритм: учеб. пособие. – М.: Флинта, 1998.– 200 с.
15. Ключев, Е.В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : учеб. пособие для вузов. – М. : ПРИОР, 2001. – 272 с.
16. Карнеги, Д. Как овладеть навыками ораторского мастерства. – М., Минск, Франкфурт-на-Майне: Панпринт, 1997. – 240 с.
17. Козаржевский, А.Ч. Античное ораторское искусство. – М.: изд-во Моск. ун-та, 1980. – 783 с.
18. Кохтев, Н.Н. Основы ораторской речи. – М.: изд-во Моск. ун-та, 1992. – 240 с.
19. Культура русской речи / под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. – М. : Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 1998. – 560 с.
20. Леммерман, Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями. – М.: Интерэксперт, 1999 – 256 с.
21. Леммерман, Х. Уроки риторики и дебатов. – М.: Уникум-пресс, 2002. – 336 с.
22. Леонтьев, А.А. Психология общения. – М.: Смысл, 1999. – 351 с.
23. Липатов, А.Т. Основы риторики. – Йошкар-Ола: Периодика Марий Эл, 1998. – 287 с.
24. Логика и риторика: хрестоматия / сост. В.Ф. Берков, Я.С. Яскевич. – Мн. : НТООО «ТетраСистемс», 2007. – 736 с.
25. Лотман, Ю.М. Риторика. // Труды по знаковым системам. Вып. XII. – Тарту, 1981
26. Львов, М.Р. Риторика. Культура речи. – М.: Изд-ский центр, 2004. – 272 с.
27. Михальская, А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. – М.: Издательский центр «Academia», 1996. – 192 с.

28. Михальская, А.К. Основы риторики: Мысль и слово: учеб. пособие для учащихся 10-11 кл. общеобразоват. учреждений. – М. : Просвещение, 1996. – 416 с.
29. Москвин В.П. Стилистика русского языка. Приемы и средства выразительной и образной речи. – Волгоград: Изд-во «Учитель», 2000. – 198 с.
30. Общая риторика / Ж. Дюбуа [и др.] – М. : Прогресс, 1986. – 392 с.
31. Поварнин, С.И. Спор. О теории и практике спора // Логика и риторика : хрестоматия / сост. В.Ф. Берков, Я.С. Яскевич. – Мн. : НТООО «ТетраСистемс», 1997. – С. 471–589.
32. Рождественский, Ю.В. Общая филология. – М. : Фонд «Новое тысячелетие», 1996. – 326 с.
33. Рождественский, Ю.В. Теория риторики. – М. : Добросвет, 1997. – 600 с.
34. Русское красноречие: хрестоматия. – Екатеринбург: Сократ, 2002. – 335 с.
35. Сопер, П. Л. Основы искусства речи. – М.: Феникс, 2006. – 448 с.
36. Стернин, И.А. Практическая риторика. – М.: Академия, 2003. – 272 с.
37. Стюард, К., Уилкинсон, М. Ораторское искусство (притворись его знатоком). – СПб.: Амфора, 2001. – 90 с.
38. Хазагеров, Т.Г., Ширина, Л.С. Общая риторика. Курс лекций. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. – 190 с.
39. Хазагеров, Г.Г. Политическая риторика. – М. : Никколо-Медиа, 2002. – 313 с.
40. Чудинов, А.П. Практическая риторика: учебное пособие. – Екатеринбург: изд-во Уральского гос. ун-та, 1998. – 107 с.
41. Чудинов, А.П., Чудинова Е.А. Риторика: сб. упражнений. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, Ин-т русской культуры при Ургу, 1997. – 93 с.

42. Эрвин-Трипп, С.М. Язык. Тема. Слушатель. Анализ взаимодействия. // Новое в лингвистике. – М. : Прогресс, 1975. – Вып. 7 : Социолингвистика. – С. 336–362.

43. Якобсон, Р.О. Речевая коммуникация. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. – М.: Прогресс, 1985. – С. 319-330.

44. Lasswell, H.D. The Structure and Function of Communication in Society / Lasswell H.D. // The Communication of Ideas. Ed.: L. Bryson. – New York : Harper and Brothers, 1948. – P. 37–51.

Дополнительная литература

1. Аверинцев, С.С. Риторика и истоки европейской литературной традиции. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 447 с.

2. Бадмаев, Б.Ц., Малышев, А.А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: Владос, 1999. – 224 с.

3. Бахтин, М. М. < Риторика, в меру своей лживости...> // Собр. соч. в 7 т. – М. : Русские словари, 1996. Т. 5. – С. 63–70.

4. Волков, А.А. Основы риторики. – М.: Академический проект, 2005. – 304 с.

5. Вомперский, В.П. Риторика в России XVII- XVIII вв. – М.: Наука, 1988. – 180 с.

6. Далецкий, Ч. Практикум по риторике. – М.: Изд. и книготорговый центр «Аз», 1996. – 192 с.

7. Зворыкин, Ю.Н. Юмор в публичном выступлении. – М.: Знание, 1977. – 55 с.

8. Ивакина, Н.Н. Культура судебной речи. – М.: Бек, 1997. – 348 с.

9. Ивин, А.А. Основы теории аргументации. – М.: Владос, 1997. – 352 с.

10. Культура парламентской речи. – М.: Наука, 1994. – 361 с.

11. Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. – М.: изд-во Института психотерапии, 2001. – 208 с.
12. Риторика. Культура речи учителя (Педагогическая риторика). Сборник программ учебных курсов. – М.: Флинта, 1998. – 160 с.
13. Ханин, М. Как научиться красиво и правильно говорить. – Спб. : Корона принт, 1997. – 256 с.

Словари

1. Матвеева, Т.В Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 432 с.
2. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 696 с.
3. Толковый словарь русского языка: в 3 т. / под ред. Д.Н. Ушакова; сост.: Г.О. Винокур, Б.А. Ларин, С.И. Ожегов и др. – М. : Вече: Мир книги, 2001.

Электронные ресурсы

www.rhetor.ru – сайт Российской ассоциации исследователей, преподавателей и учителей риторики

www.gramota.ru – справочно-информационный портал по русскому языку

www.gumer.info – библиотека Гумер – гуманитарные науки

www.russcomm.ru – сайт Российской коммуникативной ассоциации

http://window.edu.ru – Единое окно доступа к образовательным ресурсам

ПРИЛОЖЕНИЕ

МАТЕРИАЛЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

ТЕМА: ИНВЕНЦИЯ

Задание 1. Определите основные параметры аудитории, в которой состоялись выступления, фрагменты которых даны ниже¹:

1. ...Я бы сегодня предложил сосредоточиться не столько на праздничных торжественных мероприятиях, которые, наверное, мы своим вниманием не обойдем, сколько на социально-экономической ситуации в Петербурге и области (с учетом того, что здесь присутствует губернатор Ленинградской области), поговорить о текущих проблемах, которые, безусловно, вырастают в вопросы, связанные и с юбилеем. Мне кажется, будет правильно, если мы вспомним о том, о чем говорили в Москве: за внешним блеском этих мероприятий, мы не должны забывать про жителей. Не должны забывать про то, что город получит в результате подготовки к 300-летию, что останется городу от этого. Мы вообще должны просто использовать это (я позволю себе выразиться подобным образом) для того, чтобы улучшить ситуацию в городе и области. Вопросов, к сожалению, больше чем ответов. Но есть такие, на которые мы должны обратить особое внимание..

... Некоторые из вас уже знают, а другие узнают на протяжении жизни, что Истина мгновенно ускользает, как только ослабится напряжённость нашего взора, – и при этом оставляет нас в иллюзии, что мы продолжаем ей следовать. От этого вспыхивают многие разногласия. И ещё:

¹ Фрагмент 1. Выступление Президента Российской Федерации В.В.Путина на совещании, посвященном подготовке к 300-летию Санкт-Петербурга (Санкт-Петербург, 8 июня 2002 года).

Фрагмент 2. А.И. Солженицын. Речь в Гарварде на ассамблее выпускников университета (8 июня 1978 года).

Фрагмент 3. Радиопередача для младших школьников (1992 год)

истина редко бывает сладкой, а почти всегда горькой. Этой горечи не избежать и в сегодняшней речи, – но я приношу её не как противник, но как друг. Три года назад в Соединённых Штатах мне тоже пришлось говорить такое, от чего отталкивались, не хотели принять, – а сейчас согласились многие. Раскол сегодняшнего мира доступен даже поспешному взгляду. Любой наш современник легко различает две мировые силы, каждая из которых уже способна нацело уничтожить другую. Но понимание раскола часто и ограничивается этим политическим представлением: иллюзией, что опасность может быть устранена удачными дипломатическими переговорами или равновесием вооружённых сил. На самом деле мир расколот и глубже, и отчуждённой, и большим числом трещин, чем это видно первому взгляду, – и этот многообразный глубокий раскол грозит всем нам разнообразной же гибелью. (...). Если бы сегодняшнюю речь я произносил в своей стране, я в этой общей схеме раскола мира сосредоточился бы на бедствиях Востока. Но поскольку я уже четыре года вынужденно нахожусь здесь и аудитория передо мною западная, – думаю, будет содержательней сосредоточиться на некоторых чертах современного Запада, как я их вижу.

3. В жизни любому человеку, где бы он ни находился и ни работал, дана безграничная возможность делать людям добро. Помочь старику перейти в опасном месте шумную улицу, уступить место в транспорте женщине с ребенком, подать руку прохожему на обледенелом тротуаре, сходить в аптеку за лекарством для больного соседа – в нашей жизни так много случаев, когда один человек может помочь другому! Главное – не проходить мимо, не отворачиваться, не отводить в сторону глаз, если кому-то рядом нужна ваша помощь: ведь завтра в трудной ситуации можете оказаться вы сами. Важно, что даже самое скромное доброе дело оставит след прежде всего в вашей душе, и вы поймете, как это приятно – помогать людям.

Задание 2. Смоделируйте возможные ситуации, где можно выступить с речами на указанные ниже темы. Сформулируйте

риторический тезис по каждой из предложенных проблем в зависимости характеристик предполагаемой аудитории. Обоснуйте, какими параметрами аудитории Вы руководствовались при формулировке тезиса.

1. Роль телевидения в нашей жизни.
2. Молодежь и театр.
3. Реклама в жизни современного человека.
4. Образованный человек – полезный человек.

Задание 3. Составьте тезисную схему текста

РЕЧЬ А.А. ШИРВИНДА¹ НА ЮБИЛЕЕ З.Е. ГЕРДТА²

Друзья! Разрешите поднять, в данном случае умозрительно, этот символический бокал за очаровательное украшение нашей жизни – за Зиновия Гердта.

В эпоху великой победы дилетантизма всякое проявление высокого профессионализма выглядит архаично и неправдоподобно. Гердт – воинствующий профессионал-универсал. Я иногда думаю, наблюдая за ним: кем бы Гердт был, не стань он артистом?

Не будь он артистом, он был бы гениальным плотником или хирургом. Гердтовские руки, держащие рубанок или топор, умелые, сильные мужские – археологическая редкость о наш инфантильный век. Красивые гердтовские руки – руки мастера, руки артиста.

Не будь он артистом, он был бы поэтом, потому что он не только глубоко поэтическая натура, он один из немногих знакомых мне людей, которые не учат стихи, а впитывают их в себя, как некий нектар (когда присутствуешь на импровизированном домашнем поэтическом вечере –

¹ Ширвиндт Александр Анатольевич (род. в 1934 г.) – актер театра и кино, художественный руководитель Московского академического театра Сатиры.

² Гердт Зиновий Ефимович (1916 – 1996) – актер театра и кино.

Александр Володин, Булат Окуджава, Михаил Козаков, Зиновий Гердт – синеешь от белой зависти).

Не будь он артистом, он был бы замечательным эстрадным пародистом, тонким, доброжелательным, точным, Недаром из миллиона «своих» двойников Л. О. Утесов обожал Гердта.

Не будь он пародистом, он был бы певцом или музыкантом. Абсолютный слух, редкое вокальное чутье и музыкальная эрудиция дали бы нам своего Азнавура, с той только разницей, что у Гердта еще и хороший голос.

Не будь он музыкантом, он был бы писателем или журналистом. Что бы ни писал Гердт, будь то эстрадный монолог, которыми он грешил в молодости, или журнальная статья, – это всегда индивидуально, смело по жанровой стилистике.

Не будь он писателем, он мог бы стать великолепным телевизионным шоуменом, но, увы, уровень наших телешоу не позволяет пока привлекать Гердта в этом качестве на телеэкраны.

Не будь он шоуменом, он мог бы стать уникальным диктором-ведущим. Гердтовский закадровый голос – эталон этого еще мало изученного, но, несомненно, труднейшего вида искусства. Его голос не спутаешь с другим по тембру, по интонации, по одному ему свойственной иронии, будь то наивный мультик, «Двенадцать стульев» или рассказ о жизни и бедах североморских котиков.

Не будь он артистом... Но он Артист! Артист, Богом данный, и слава Богу, что при всех профессиональных «совмещениях» этой бурной природы ему (Богу) было угодно отдать Гердта Мельпомене и другим сопутствующим искусству богам.

Диапазон Гердта-киноактера велик, Поднимаясь до чаплиновских высот в володинском «Фокуснике» или достигая мощнейшего обобщения в ильфовском Паниковском, Гердт всегда грустен, грустен – и все тут, как бы ни было смешно то, что он делает. Тонкий вкус и высокая интеллигентность,

конечно, мешают его кинокарьере в нашем попмире, но поступиться этим он не может. «Живой» театр поглотил Гердта сравнительно недавно, но поглотил до конца. Его Костюмер в одноименном спектакле – это чудеса филигранной актерской техники, бешеного ритма и такой речевой скорости, что думалось: вот-вот устанет и придумает краску-паузу, чтобы взять дыхание, – не брал, неся дальше, не пропуская при этом ни одного душевного поворота.

Наивно желать Гердту творческих успехов – он воплощение успеха. Пошло ратовать за вечную молодость – он моложе тридцатилетних. Надо пожелать нам всем помогать ему, не раздражать его, беречь его, чтобы он, не дай Бог, не огорчился, разочаровавшись в нас, тех, ради которых он живет и творит.

Задание 4. Выберите тему выступления. Смоделируйте основные параметры аудитории и характеристики оратора (например, выступление мэра перед жителями города, менеджера по продажам перед потенциальными покупателями и т.п.). Составьте тезисную схему данного выступления с учетом параметров аудитории и возможностей оратора.

ТЕМА: ДИСПОЗИЦИЯ

Задание 1. Проанализируйте вступительные части публичных выступлений. Определите, какие техники и приемы используют авторы.

Выступление Д. С. Лихачева на церемонии вручения докторской мантии Н. М. Дудинской¹, 23 мая 1995 г.

Эта туфелька принадлежит Золушке – героине любимой сказки всех народов, сказки, которая пробуждает добро. Когда я был ребенком, это была моя любимая книжка. Я всегда думал: Золушка – это ведь придуманное имя,

¹Дудинская, Наталия Михайловна (1912 – 2003) – артистка балета, педагог.

а как эту девочку зовут в действительности? И только теперь понял – ее зовут Наташа, Наталия Михайловна Дудинская.

П.А.Столыпин. Речь, произнесенная в Государственной думе 6 ноября 1907 года.

Господа члены Государственной думы!

Слушая раздававшиеся тут нарекания и обвинения против правительства, я спрашивал себя, должен ли я, глава правительства, идти по пути словесного спора, словесного поединка и давать только пищу новым речам в то время, как страна с напряженным вниманием и вымученным нетерпением ждет от нас серой повседневной работы, скрытый блеск которой может обнаружиться только со временем. И конечно, не для пустого спора, не из боязни того, что правительство назовут безответным, так же, как понапрасну называли его в прошлой Думе «безответственным, выступаю я с разъяснением, но для того чтобы повторно и сугубо выяснить, в чем именно правительство будет черпать руководящие начала своей деятельности, куда оно идет и куда ведет страну.

К.А. Тимирязев. Лекция о фотосинтезе в Лондонском Королевском обществе (1930 г.)

Когда Гулливер в первый раз осматривал Академию в Лагаде, ему прежде всего бросился в глаза человек сухопарого вида, сидевший, уставив глаза на огурец, запаянный в стеклянном сосуде. На вопрос Гулливера диковинный человек пояснил ему, что вот уже восемь лет, как он погружен в созерцание этого предмета в надежде разрешить эту задачу улавливания солнечных лучей и дальнейшего их применения. Для первого знакомства я должен откровенно признаться, что перед вами именно такой чудак. Более тридцати пяти лет провел я, уставившись, если не на зеленый огурец, закупоренный в стеклянную посудину, то на нечто вполне равнозначащее –

на зеленый лист в стеклянной трубке, ломая себе голову над разрешением вопроса о запасении впрок солнечных лучей.

Г. Хейнеман. Доклад о союзниках по разгрому Германии в 1918 и в 1945 годах.

Когда Уинстон Черчилль в 1945 году в лондонском аэропорту садился в самолет, чтобы лететь на Потсдамскую конференцию, видный журналист озабоченно спросил его: «Господин премьер-министр, не совершат ли союзники в Потсдаме те же ошибки, что в Версале?» Черчилль, усмехнувшись и не вынимая изо рта сигары ответил в мудром предвидении: «Можете быть уверены: Мы не совершим те же самые ошибки – нет, они будут совсем другими!»

Аверинцев С. Похвальное слово филологии

Начну с античного анекдота. В одном греческом городе надо было поставить статую; из-за заказа на эту статую спорили два скульптора, и народное собрание должно было рассудить соискателей. Первый мастер вышел к народу и произнес чрезвычайно убедительную речь о том, как должна выглядеть упомянутая статуя. Второй неловко влез на возвышение для ораторов и заявил: «Граждане! То, что вот этот наговорил, я берусь сделать». Соль анекдота в том, что из обоих мастеров доверять лучше второму. И впрямь, разве тот, кто слишком охотно делает свое ремесло темой для рассуждений, не оказывается чаще всего работником весьма сомнительного свойства? Как говорить о работе? Пока она не завершена, ее страшно «сглазить»; когда она закончена, ее нужно выбросить из головы и думать только о следующей...

Едва ли нужно объяснять, что человеку, попавшему в ситуацию снискавшего награду, особенно неловко вести речь о той самой работе, которая послужила причиной названной ситуации и недостатки которой ему – увы! – так отчетливо видны.

Поэтому для начала я скажу о другом, о том, чему я могу радоваться без всякого смущения и без всяких оговорок. Мне приятно увидеть работу по классической филологии в одном почетном списке с трудами инженеров и химиков, геологов и экономистов – людей практического, конкретного дела. Ибо этим признано, что занятие текстами двухтысячелетней давности тоже есть дело, настоящее и нужное дело.

Задание 2. Составьте три варианта вступлений на одну и ту же тему, используя разные «техники» (приемы). Обоснуйте, чем обусловлен выбор приемов для вступления. Дайте характеристику аудитории, для которой предназначено данное вступление.

Задание 3. Проанализируйте заключительные части публичных выступлений. Определите, заключения какого типа использованы в данных фрагментах.

Ю.М. Лотман. Чему же учатся люди? (Из выступления на открытии русской гимназии при Тартуском университете, 1990 г.)

Итак, чему же учатся люди? Люди учатся Знанию, люди учатся Памяти, люди учатся Совестью. Это три предмета, которые необходимы в любой Школе, и которые вобрало в себя искусство. А искусство это по сути своей Книга Памяти и Совестью. Нам надо только научиться читать эту Книгу. Я. надеюсь, что мы для этого и собрались здесь.

Речь У. Черчилля в Палате Общин Лондон, 13 мая 1940 г.

Нам предстоит суровое испытание. Перед нами много долгих месяцев борьбы и страданий. Вы меня спросите, каков же наш политический курс? Я отвечу: вести войну на море, суше и в воздухе, со всей мощью и силой, какую дает нам Бог; вести войну против чудовищной тирании, превосходящей любое человеческое преступление. Вот наш курс. Вы

спросите, какова наша цель? Я могу ответить одним словом: победа, победа любой ценой, победа, не смотря на весь ужас, победа, каким бы долгим и трудным не был путь; потому что без победы не будет жизни. Это важно осознать: если не выживет Британская Империя, то не выживет все то, за что мы боролись, не выживет ничто из того, за что человечество борется в течении многих веков. Но я берусь за эту задачу с энергией и надеждой. Я уверен, что нашему делу не суждено потерпеть неудачу. И в этот момент я чувствую себя вправе настаивать на всеобщей поддержке, и я призываю: «Идемте же, идемте вперед единой силой».

В.В. Виноградов. О культуре русской речи (1960г.)

К концу беседы мне хотелось бы еще раз подчеркнуть огромное значение вопросов культуры речи, значение стилистических навыков и лингвистических знаний. Можно закончить эту краткую беседу о русском языке и о некоторых неправильностях в его современном употреблении теми же словами, которыми закончил свою статью о любви к русскому языку покойный советский поэт Владимир Луговской: “Относитесь к родному языку бережно и любовно. Думайте о нем, изучайте его, страстно любите его, и вам откроется мир безграничных радостей, ибо безграничны сокровища русского языка”.

Д.С. Лихачев. Экология культуры (1990 г.)

Конечная цель человеческой деятельности – преобразование мира. Преобразование это следует понимать не в смысле изменения его лица – внешней переделки мира, а в смысле выявления в мире всего заложенного в нем разумного начала и освобождения этого разумного начала от мешающего ему зла, противоречащего этому разумному началу, его самовыявлению.

Разумное начало камня – быть строительным материалом для прекрасных архитектурных творений. Разумное начало земли – в

растительности, на ней произрастающей. Разумное начало растительности – служить для превращения Земли в один цветущий сад, прообразом которого служил рай. И так далее.

Прообраз этой деятельности человека – художественное творчество. Само слово «техника» не случайно происходит от греческого слова, означающего искусство. Мир в результате деятельности техники-искусства или искусство-техники должен стать полностью совершенным и совершенно полным с сохранением всего лучшего, что в нем было, то есть всего того, что входит в «кристалл единства».

Таков должен быть идеал человеческой деятельности и такова конечная большая (настоящая) цель техники. Человечество не может жить сиюминутными заботами, без ясной цели впереди.

Задание 4. Составьте заключения всех трех типов (суммирующее, типологизирующее и апеллирующее) к одной из известных сказок (по выбору).

ТЕМА: ЭЛОКУЦИЯ

Задание 1. Определите, какие изобразительно-выразительные средства использованы во фрагментах риторических произведений. Установите, какую функцию выполняют эти изобразительно-выразительные средства в данных риторических произведениях.

Иосиф Бродский. Похвала скуке. Речь перед выпускниками Дармутского колледжа в июне 1989 года.

...То, что предстоит вам, – замечательное, но утомительное странствие; вы сегодня садитесь, так сказать, на поезд, идущий без расписания. Никто не может сказать, что вас ожидает, менее всего те, кто остается позади. Однако, единственное, в чем они могут вас заверить, что это путешествие в один

конец. Поэтому попытайтесь извлечь некоторое утешение из мысли, что как бы ни была неприятна та или иная станция, стоянка там не вечна. Поэтому вы никогда не застревайте – даже когда вам кажется, что вы застряли; это место сегодня становится вашим прошлым.

Отныне оно будет для вас уменьшаться, ибо этот поезд в постоянном движении. Оно будет для вас уменьшаться, даже когда вам покажется, что вы застряли... Поэтому посмотрите на него в последний раз, пока оно еще имеет свои нормальные размеры, пока это еще не фотография. Посмотрите на него со всей нежностью, на которую вы способны, ибо вы смотрите на свое прошлое.

Речь Ф.Н. Плевако¹ по «делу о чайнике»²

Много бед, много испытаний пришлось перенести России за ее больше чем тысячелетнее существование. Печенег терзали ее, половцы, татары и поляки. Двенадцать языков обрушились на нее, взяли Москву. Все вытерпела, все преодолела Россия, только крепла и росла от испытаний. Но теперь, теперь... Старушка украла старый чайник, стоимостью в 30 копеек. Этого Россия уж, конечно, не выдержит, от этого она погибнет безвозвратно.³

Ю. Лотман Беседы о русской культуре

...Секс относится к физиологической стороне практической жизни; все переживания любви, связанная с ними выработанная веками символика, условные ритуалы – все то, что А. П. Чехов называл «облагораживанием полового чувства», принадлежит культуре. Поэтому так называемая «сексуальная революция», подкупающая устранением «предрассудков» и,

¹ Ф.Н. Плевако- русский адвокат.

² Суд рассматривает дело старушки, потомственной почетной гражданки, которая украла жестяной чайник стоимостью 30 копеек. Прокурор, просчитав все возможные доводы Плевако, сам высказался в пользу обвиняемой: бедная старушка, горькая нужда, кража незначительная, подсудимая вызывает не негодование, а только жалость. Но собственность священна. Все наше гражданское благоустройство держится на собственности, если мы позволим людям потрять ее, то страна погибнет.

³Старушку оправдали

казалось бы, «ненужных» сложностей на пути одного из важнейших влечений человека, на самом деле явилась одним из мощных таранов, которыми антикультура XX столетия ударила по вековому зданию культуры.

Мы употребили выражение «вековое здание культуры». Оно не случайно. Мы говорили о синхронной организации культуры. Но сразу же надо подчеркнуть, что культура всегда подразумевает сохранение предшествующего опыта. Более того, одно из важнейших определений культуры характеризует ее как «негенетическую» память коллектива. Культура есть память. Поэтому она всегда связана с историей, всегда подразумевает непрерывность нравственной, интеллектуальной, духовной жизни человека, общества и человечества. И потому, когда мы говорим о культуре нашей, современной, мы, может быть сами того не подозревая, говорим и об огромном пути, который эта культура прошла. Путь этот насчитывает тысячелетия, перешагивает границы исторических эпох, национальных культур и погружает нас в одну культуру – культуру человечества...

Задание 2. Какие приемы диалогизации использует автор в данном тексте. Какую функцию они выполняют?

I.

Допустим, вы спросили у вашего друга: «Кто там шумит на дворе?» Друг отвечает несколько непочтительно, но вразумительно: «Да так, один дылда...» Или: «А! Какой-то нюня!»

Надо сказать, вы мгновенно поймете: в первом случае речь идет о человеке долговязом, во втором «о некоем плаксе». Попробуйте заглянуть в любой словарь и прочтете: «Нюня – плаксивый, бесхарактерный человек...» Слово «нюня» можно даже просто заменить словом «плакса», – значение почти не изменится. То же и с «дылдой»; скажите «дубина» или «коломенская верста» – смысл останется тем же.

А теперь представьте себе другую картину. Вы повторили ваш вопрос:

«Кто шумит во дворе?» – и слышали ответ: «Это Вовка!». Поняли вы вашего собеседника? Еще бы, великолепно! Но, спрашивается, что же именно поняли вы? Что значит слово «Вовка»? Какое значение оно имеет? Поразмыслите, и вам начнет казаться, что, пожалуй, – никакого... Пожалуй, это даже и не слово совсем.

Позвольте, как же не слово?! Это не только слово, это имя существительное ничем не хуже других. Оно стоит в единственном числе. Его удобно склонять: «Вовка, Вовки, Вовке, Вовку...» Можно сказать только: «Вовка сидит»; «Вовка сидят» будет неправильно. Можно написать: «милый Вовка», а «милая Вовка» – бессмыслица. Значит, с «Вовкой» по всем правилам согласуются другие слова: это бесспорно слово. И все-таки значения у него решительно никакого нет!

(Л.В. Успенский. Ты и твое имя)

II. ...Я возьму сразу два феномена – понимания и добра. Начнем с добра. О добре я скажу очень коротко, потому что это само собой разумеется и вы сразу поймете. Вот мы говорим: человек стремится к добру. Вся философия, с того времени как она появилась, убедилась в том, что невозможно пояснить факт доброты или факт стремления к добру никакими соображениями и интересами. Ни интересами выживания человеческого рода, ни интересами целесообразности. Никакими мотивами – практическими и психологическими. Скажем, психологическим мотивом удовольствия или неудовольствия. Нет, дурная бесконечность получается. Можно одинаково доказывать, что добро приносит неудовольствие или делание добра приносит удовольствие. Тут ничего не докажешь. Точно так же – для чего добро? Не получается никаких доказательств. И ход, очень простой, который сразу поясняет феномен: человеку, чтобы стремиться к добру, нужно **уже** иметь его в себе. Стремление человека к добру есть выражение действия какой-то силы, которая к самой себе стремится. Она – или есть, или ее нет. Внешних причин для этого быть не может. Более того,

вообще нет причин. Причины есть для зла, а причин для добра нет. Почему? Попробуйте сами решить эту задачу. Какова может быть причина добра? По определению, в области добра, то есть нравственности, для него нет никаких причин. Или нет других причин быть нравственными. Я нравствен – и все. Без причин.

...Вы не замечаете, что нуждаетесь в причинных объяснениях каждый раз только в случаях аморальных поступков. А когда вы имеете случаи морального поступка, то есть – не объяснимого причинами, вы пожимаете плечами и говорите – ну нет, да не поэтому, по совести просто. Значит, что вы сделали? В языке-то записано, вы сами тысячу раз в жизни это говорите. Просто вы не замечаете. А вы делаете – вот, по совести. В пустоте, в которой нет причин, вы употребили термин «совесть». И тем самым вы и употребили непричинный термин. Это ясно? Просто гений языка так работает. Он, очевидно, умнее нас.

...Вот представьте себе, что вы с кем-то выясняете отношения и приводите аргументы. Приведение аргументов есть то же самое, что приведение причин. Аргумент-причина, которая должна вызывать в голове другого человека, к которому вы обращаетесь, какое-то понимание или состояние. Так ведь? Аргумент – та же причина. И вы ведь твердо знаете на своем опыте, что аргументы приводятся только в ситуации, когда исчезло взаимное понимание, и отсутствие понимания имеет причины, а если есть понимание, то ничего этого не надо. Иначе говоря, причины, или эмпирические факты, есть только для непонимания, а для понимания нет причин (М. Мамардашвили).

Тема: ДИКЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Задание 1. Произнесите скороговорки с разной скоростью: сначала медленно, четко произнося звуки, затем быстрее. Следите за работой артикуляционного аппарата: в труднопроизносимых сочетаниях звуки

не должны «выпадать».

Б, п, в, ф, г, к, х, д, т,

- Добыл бобыль бобов.
- Вакул бабу обул, да и Вакула баба обула.
- От топота копыт пыль по полю летит.
- Бык тупогуб, тупогубенький бычок, у быка была тупа губа.
- Стоит поп на копне, колпак на попе. Копна под попом, поп под колпаком.
- На меду медовик, а мне не до медовика.
- Около кола колокола, около ворот коловорот.
- Пришел Прокоп, кипел укроп, ушел Прокоп кипел укроп; как при Прокоп кипел укроп, так и без Прокопа кипел укроп.
- Рододендроны из дендрария подарены родителями
- Водовоз вез воду из-под водопровода.
- В один клин, Клим, колоти.
- Краб крабу сделал грабли. Подал грабли крабу краб: сено, граблями краб грабь
- Кукушка кукушонку купила капюшон. Надел кукушонок капюшон. Как в капюшоне он смешон!
- Курьера курьер обгоняет в карьер.
- К Габсбургам из Страсбурга.
- Брит Клим брат, брит Игнат брат, брат Игнат бородат.

Р, л, м, н

- На дворе трава на траве дрова, не руби дрова на траве двора.
- Курфюрст скопрометировал Ландскнехта.
- Рыла свинья белорыла, тупорыла; полдвора рылом изрыла, вырыла, подрыла.
- Тридцать три корабля лавировали, лавировали, да не вылавировали
- Карл у Клары украл коралл, Клара у Карла украла кларнет.

- Сшит колпак не по- колпаковски, вылит колокол не по-колоколовски, надо колпак переколпаковать, перевыколпаковать, перевыколпаковать, переколпаковать.
- Протокол про протокол протоколом запротоколировали
- Гонец с галер сгорел.
- Талер тарелка стоит.
- Интервьюер интервента интервьюировал.
- Дробью по перепелам, да по тетеревам.

С, з, ш, ж, ч, щ, ц

- У Сени и Сани в сенях сом с усами.
- Осип охрип, Архип осип.
- Цапля чахла, цапля сохла, цапля сдохла.
- Чешуя у щучки, щетинка у чушки.
- Шестнадцать мышей нашли шесть грошей, а мыши поплоше нашли по два гроша.
- Инцидент с интендантом.
- Прецедент с претендентом.
- Константин констатировал.
- Косарь Касьян косой косит косо. Не скосит косарь Касьян покоса.
- У ежа ежата, у ужа ужата.
- Около колодца кольцо не найдется.
- Жужжит жужелица, жужжит, да не кружиться.
- Яшма в замше замшела.
- По Чите течет Читинка

Задание 2. Энергично произнесите:

П-Б, П-Б, П-Б – укрепление мышц губ;

Т-Д, Т-Д, Т-Д – укрепление мышц языка;

К-Г, К-Г, К-Г – укрепление мышц глотки.

Задание 3. Несколько раз произнесите линейку гласных :

И, Э, А, О, У, Ы.

Произнесите эти звуки вместе с согласными:

- а) би, бэ, ба, бо, бу, бы;
- б) рли, рлэ, рла, рло, рлу, рлы;
- в) лри, лрэ, лра, лро, лру, лры;
- г) вив, вэв, вав, вов, вув, выв.

Задание 4. Прочитайте, четко произнося выделенные сочетания звуков:

Дело не **делает** и от дела не **бегает**, известная **актриса**, **оказывается**, **знает**, **видные** деятели науки, коллектив **обсудил** план работы, приняты **эффективные** меры, **биолого-химический** факультет ждет абитуриентов, **повседневные** заботы.

Задание 5. Произнесите слова максимально отчетливо

Взяточничество, корреспонденция, предшествовавший, неистовствовать, вспомоществование, обуславливаемый, транспортируемая, катастрофический, переосвидетельствовать, взгромоздившееся, искренность, усовершенствование, делопроизводство, университет, артиллерия, фельдшер, фельдмаршал, брошюра, Цюрих, Гельсингфорс.

Задание 6. Прочитайте тексты, соблюдая темп речи и интонацию

I. «В сумеречные часы позднего ноября или снежного декабря всюду на окраинах можно было видеть пропахших керосином фонарщиков. С коротенькой легкой лесенкой на плече, с сумкой, где был уложен кое-какой аварийный запас – несколько стекол, моток фитиля – фонарщик стремглав неся вдоль уличных сугробов, неустанно перебегая наискось от фонаря на четной к фонарю на нечетной стороне: расставлены фонари были в шахматном порядке. Вот он у очередного столба. Лесенка брошена крючьями

на перекладину, человек взлетает на ее ступеньки. Хрупкая дверка откинута, стекло привычным жестом снято... Спичка... Ветер – спичка гаснет, но это бывает редко. Каждый жест на счету, на счету и коробки со спичками. Огонь загорелся, стекло надето, дверца захлопнута... Две, три ступеньки. Лестница на плече, и – по хрустящему, размолотому полозьями извозчиков снегу, по диагонали – к следующему столбу... Так неся фонарщик, оставляя за собой цепочку слабых, боязливых, робко борющихся с ветром, дождем и тьмою огоньков.

Передо мной разворачивалась страница из задачника: «Фонарщик, перебегая зигзагом через улицу от фонаря к фонарю, зажигает их. За сколько времени успеет он осветить всю улицу, если длина улицы пятьсот семьдесят сажен, ширина двадцать сажен, расстояние между фонарными столбами сорок сажен, а на пробег от фонаря до фонаря...».

Я смотрел, и, мне казалось, что такие задачи явно не разрешимы. Как можно их решать, не зная, весел этот фонарщик или печален (я знал одного, который даже пел и с лестницей на плече, и там, на верху столба, вычиркивая спички); есть ли у него дети или нет; где он живет и зачем ему каждый день надо бегать по таким вот нескончаемым, уходящим в черную даль улицам?..

Впрочем, вполне возможно, что эти мои впечатления относятся уже не к тем фонарям, какие я описал, а к другим, их великолепным наследникам. (Л.В. Успенский. Записки старого петербуржца).

II. «Многие мои сверстники еще помнят строчки из прославленного «На лужайке детский крик...» Василия Курочкина:

Буки-аз! Буки-аз!

Счастье в грамоте для нас.

Но я обследовал примерно полсотни лиц в возрасте от 30 до 50, и только семь (7!) смогли толково рассказать мне, что означают эти «буки-аз, буки-аз». Трое самых скептически настроенных ядовито пожали плечами: «Вы еще спросите, что значит «люшеньки-люли» или «ох, дербень-дербень

калуга!». Такие припевы ничего не значат!..». Ни один не знал, что «аз» – это название первой буквы азбуки, а «буки» – второй ее буквы. В лучшем случае я слышал: «Вольная вариация на слово азбука» или «С такими присказками раньше почему-то чтению обучали». Стало ясно: у нынешнего поколения нацело утратилась память о том, что еще для моих ровесников было реальностью их детства. Я не хочу гневно сказать: «Они не знают церковнославянского» (а откуда им его и знать?); я говорю о том, что мало кому теперь известно, почему именно совокупность наших букв именуется так странно: АЗБУКА, что обозначает именно ее первые два знака – старинные их имена: «аз» и «буки», и уж тем более названия остальных ее знаков, обозначающих и обозначающих все возможные звуки нашего русского языка. Знаю: вы вправе проворчать: «Ну уж, это просто автору не повезло... Я, например, отлично помню, что «аз», кроме названия первой буквы славянской азбуки, – это личное местоимение первого лица единственного числа. А «буки»...». Нет, это вам повезло, ежели такое вам известно» (Л.В. Успенский. Буквально два слова).

ТЕМА: АКЦИЯ

Задание 1. Проанализируйте риторическое произведение с точки зрения:

- ❖ – коммуникативной ситуации, коммуникативного замысла автора и используемого им речевого жанра;
- ❖ – созданного в речи образа оратора и типа аудитории, на которую рассчитана речь;
- ❖ – конкретных риторических приемов, осуществляющих замысел;
- ❖ - грамматической правильности; уместности и точности языка;
- ❖ - внятности выражения мысли и оригинальности подачи материала.

❖ – средств невербального воздействия: поза, жесты, мимика, ГОЛОС (звучность, темп, произношение и артикуляция).

Задание 2. Составьте и произнесите речь, которая бы соответствовала заявленным параметрам аудитории.

РИТОРИКА КАК ПУБЛИЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Учебное пособие

Воронцова Татьяна Александровна

Техническая верстка: *Ковальчукова М.А.*

Напечатано с готового оригинал–макета заказчика

Подписано в печать

Тираж 100 экз. Заказ №

Типография Удмуртского государственного университета

426034, Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 4