

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОЛГОГРАДСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХИГС

Г. В. Барышникова, М. В. Денисенко

ДИЗАЙН КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие



Волгоград, 2022

УДК 808.5(075.8)

ББК 80.742я73

Б 26

Рецензенты:

кандидат филологических наук **Ю. Н. Куличенко**, доцент кафедры иноязычной коммуникации и лингводидактики ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»;

кандидат филологических наук, доцент **Е. В. Гуляева**, заведующий кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации Волгоградского института управления – филиала ФГБОУ ВО РАНХиГС

Барышникова Г. В., Денисенко М. В.

Б 26 **Дизайн коммуникации:** учебное пособие / Г. В. Барышникова, М. В. Денисенко; Волгоградский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы». – Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2022. – Систем. требования: Процессор Intel® или AMD с частотой не менее 1.5 ГГц; Операционная система семейства Microsoft Windows или macOS; Оперативная память 2 ГБ оперативной памяти; Adobe Reader 6.0. – Загл. с экрана. – 120 с.

Целью данного пособия является представление комплексного подхода к подготовке устного публичного выступления, его коммуникативному дизайну, представляющему сложный комплекс знаний, умений и навыков, овладев которыми оратор сможет выступить с аргументированной речью перед массовой аудиторией, принять участие в различного вида дискуссиях и спорах, поддержать идеи собеседника, раскрыть коммуникативные интриги оппонента, разоблачить его скрытые манипулятивные намерения, тактики и стратегии.

Учебное пособие включает в себя не только теоретический материал, но и практические задания и вопросы и может быть адресовано как студентам и магистрантам ВУЗов, так и политикам, спичрайтерам, специалистам по рекламе, ораторам и тем, кто связан с публичной коммуникацией.

ISBN 978-5-7786-0860-3

© Барышникова Г. В., Денисенко, М. В., 2022

© Волгоградский институт управления – филиал ФГБОУ ВО РАНХиГС, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
Глава 1. ПОДГОТОВКА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ.	
ВЫСТУПЛЕНИЕ	6
§ 1. Составляющие подготовки публичного выступления	6
1.1. Повседневная подготовка оратора	6
1.2. Основные этапы подготовки к конкретному выступлению	8
1.3. Выбор темы и определение целевой установки.....	9
1.4. Тезис речи	15
1.5. Композиция публичного выступления: определение, основные принципы	19
1.5.1. Вступление как важнейшая составная часть ораторской речи	20
1.5.2. Главная часть речи.....	22
1.5.3. Заключение	24
Практические задания	26
§ 2. Выступление. Основные характеристики публичной речи	35
2.1. Характеристика личности оратора. Знания, навыки и умения оратора	35
2.2. Экстралингвистические факторы, влияющие на восприятие оратора	38
2.3. Основные характеристики аудитории как социально-психологической общности людей.....	45
2.4. Взаимодействие оратора и аудитории. Проблема контакта	48
2.5. Приемы управления аудиторией	50
Практические задания	53
Глава 2. РЕЧЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ	56
§ 1. Тактики и стратегии речевого взаимодействия	56
1.1. Принципы речевого взаимодействия	56
1.2. Стратегии речевого общения	57
1.3. Тактики речевого общения.....	62
1.4. Коммуникативные барьеры.....	67
1.5. Эмоциональный интеллект	72
Практические задания	85
§ 2. Аргументация речи	89
2.1. Соотношение доказательства и внушения	89

2.2. Логические основы речи	90
2.2.1. Логические компоненты доказательства.....	90
2.2.2. Типы логических аргументов	92
2.3. Психологическая основа речи.....	94
2.3.1. Понятие «топос».....	94
2.3.2. Психологические аргументы	98
2.4. Софизмы и уловки в речи.....	100
Практические задания	103
ЛИТЕРАТУРА	111
ГЛОССАРИЙ	114

ПРЕДИСЛОВИЕ

Коммуникация – уникальная сфера, являющаяся основой человеческой деятельности. В современном обществе нет таких жизненных процессов, которые не включали бы в себя множественные коммуникативные акты. Во взаимодействии с другими людьми происходит социализация, духовное и интеллектуальное развитие и становление личности. Эффективно и грамотно построенная коммуникация определяет успешность и долгосрочность межличностных и деловых контактов, репутацию человека, его карьерный потенциал. Каждый из нас моделирует мир вокруг себя, выстраивая мосты к взаимопониманию и сотрудничеству, выступает *дизайнером коммуникации*.

Успешность любого общения во многом зависит от знания некоторых его особенностей, уровня культуры общения, которая отличает каждого из участников коммуникативной ситуации.

В процессе изучения материала, представленного авторами пособия, предполагается:

- повысить уровень общей и коммуникативной культуры будущего специалиста в сфере делового общения;
- научить грамотно выстраивать диалог с партнерами по межличностной и деловой коммуникации;
- развить и совершенствовать навыки общения на основе техники риторической аргументации, принципов и правил общей риторики, способов преодоления коммуникативных барьеров в общении;
- выработать речевые умения для самостоятельного и оригинального выражения своих мыслей;
- научить отстаивать свою точку зрения, разъяснять и обосновывать ее точно, связно и логично;
- выработать умения защищаться от манипулирования и обмана; преодолевать конфликты и проявлять эмпатию.

Овладение необходимыми для успешной коммуникации компетенциями позволит добиться поставленных целей в деловом и межличностном общении, реализовать свой личностный и профессиональный потенциал.

Глава 1

ПОДГОТОВКА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ. ВЫСТУПЛЕНИЕ

§ 1. Составляющие подготовки публичного выступления

1.1. Повседневная подготовка оратора

Овладение ораторским искусством – процесс длительный, требующий постоянной работы над собой и большой практики говорения (ведение беседы, переговоров, выступление в массовой аудитории, участие в дискуссиях и т.д.). Поэтому важное место в деятельности оратора занимает повседневная подготовка к выступлениям, т.е. непрерывный процесс работы над совершенствованием своего речевого мастерства, систематическое риторическое самообразование.

Что же представляет собой повседневная подготовка?

Исследователи относят к ней следующие элементы:

Приобретение новых знаний, накопление сведений из различных областей науки и техники, получение информации из периодической печати, передач радио и телевидения, интернета, чтения научной, публицистической, художественной литературы. Постоянное стремление к овладению новым знаниям, активный поиск нового материала, расширение сферы своих интересов помогут оратору заложить прочную основу своей риторической культуры.

Создание собственного архива. Человеку, которому приходится часто публично общаться, необходимо внимательно и целенаправленно относиться ко всему, что его окружает, брать на заметку интересный материал, выступление. Оратор должен отслеживать и прогнозировать, можно ли использовать в своих выступлениях встретившийся пример, цитату и т.п. Полезными могут оказаться не только сведения (цифры, факты, характеристики), но и готовые речевые произведения, пословицы, поговорки, крылатые слова и выражения. Сегодня есть возможность сделать запись ярких выступлений политических и общественных

деятелей, руководителей, менеджеров, предпринимателей и др. Все это позволяет создать собственный архив. Конечно, невозможно заготовить материал на все случаи жизни, но при четком определении круга проблем, с которыми чаще всего приходится иметь дело, систематическое накапливание материала во многом облегчит подготовительную работу и сэкономит время.

Такой архив может оказать неоценимую услугу в «трудную минуту», когда не будет необходимого времени на подготовку, не окажется возможности поработать перед выступлением в библиотеке, с интернетом, почитать соответствующую литературу. Поэтому рекомендуется выработать методику сбора и систематизации материала и активно создавать свой архив.

Овладение техникой речи. Основные элементы речевой техники – *фонационное* (речевое) *дыхание*, *голос* (правильные навыки голосообразования) и *дикция* (степень отчетливости в произношении слов, слогов, звуков).

Хорошо поставленный голос, правильное дыхание во время говорения, четкая дикция, безупречное произношение позволяют выступающему привлечь внимание аудитории, наилучшим образом донести до слушателей содержание выступления, воздействовать на их сознание, воображение, волю. Владение техникой речи помогает лучше передать смысловые связи между частями речевого высказывания. Чтобы поддерживать свой речевой аппарат в рабочем состоянии, следует выполнять рекомендованные специалистами упражнения по технике речи.

Повышение культуры устной и письменной речи. Забота о правильности и чистоте речи должна быть обязательной для человека, выступающего публично. Особо следует обращать внимание на культуру речевого общения. Важно всегда говорить правильно, точно, ясно и понятно, уметь четко формулировать мысли, образно и эмоционально выражать свое отношение к предмету речи.

Если человек, к примеру, привык неправильно ставить ударение в слове в обиходной речи, то он, скорее всего, по привычке неправильно произнесет его и на трибуне, даже если в тексте выступления в этом слове будет стоять знак ударения.

Рекомендуется активно участвовать в деловых разговорах, беседах, обсуждениях различных проблем в кругу друзей, коллег, родственников, чаще выступать на семинарских и практических занятиях, брать слово в прениях, дискуссиях, писать письма, статьи и т.д. Все это развивает человека, позволяет ему приобретать необходимые речевые навыки, повышает речевую культуру.

Критический анализ выступлений. Повышению ораторского мастерства способствует и критический анализ выступлений. Присутствуя на заседаниях,

совещаниях, конференциях, публичных лекциях, слушая выступления ораторов по радио, телевидению, нужно обращать внимание не только на содержание речи, но и на форму преподнесения материала, языковое мастерство, используемые ораторские приемы.

Важно попытаться четко сформулировать для себя, что нравится в выступлении того или иного оратора, что вызывает отрицательную реакцию, какие действия, приемы, слова, речевые обороты способствовали успеху выступающего, а какие, наоборот, принесли ему неудачу. Особое внимание следует обращать на то, как оратор работает в аудитории, как устанавливает контакт со слушателями, как ведет себя в непредвиденных ситуациях, возникающих в процессе речи.

С годами у человека накапливается опыт, и он может анализировать и собственные выступления, определять, в чем их достоинства и недостатки.

Овладение методикой публичного выступления. Оратору необходимо приобрести как теоретические, так и методические знания в области ораторского искусства. Важно знать, из каких этапов складывается деятельность оратора, как подготовиться к встрече со слушателями, как построить ораторскую речь, какие приемы управления аудиторией можно использовать и т.д.

Таким образом, повседневная подготовка повышает профессиональный уровень оратора.

1.2. Основные этапы подготовки к конкретному выступлению

Подготовка к выступлению – очень важное и ответственное дело в деятельности оратора. Д. Карнеги утверждал, что «многие совершают роковую ошибку, не удосуживаясь подготовить свою речь» [11].

Подготовка к конкретному выступлению определяется видом ораторской речи, зависит от темы выступления, целей и задач, стоящих перед выступающим, его индивидуальных особенностей, от состава аудитории, в которой предстоит выступать, и т.д. Однако при подготовке к выступлению следует учитывать и некоторые общие методические установки.

Классическая риторика выделяла пять основных этапов разработки публичной речи:

1) *изобретение* речи – систематизация содержания речи и используемых в них доказательств;

2) *расположение* частей речи – деление речи на вступление, изложение, разработку (доказательство своего взгляда и опровержение противоположного) и заключение;

3) *словесное выражение* – отбор слов и выражений, тропов и риторических фигур;

4) *запоминание*;

5) *произнесение*.

Необходимо признать, что в современной риторике авторы придерживаются этой же самой структуры подготовки к конкретному выступлению, добавляя последним пунктом *рефлексию*. Действительно, после того, как оратор закончит свое выступление, он должен перейти к тщательному и честному анализу своей речи и своего выступления в целом. На данном этапе следует самым подробным образом разобрать все вербальные и невербальные параметры данного вида деятельности, а именно: что удалось донести до аудитории, а что помешало адекватному восприятию публикой его речи.

Итак, как же строится подготовка любого риторического выступления?

Остановимся на основных этапах подготовки.

1.3. Выбор темы и определение целевой установки

Выбор темы и определение целевой установки – один из важнейших начальных этапов подготовки публичного выступления. Следует иметь в виду, что оратору далеко не всегда приходится самому выбирать тему речи. Нередко ему предлагают ее организаторы мероприятия. При этом учитываются события, происходящие в стране и за рубежом, ситуация, сложившаяся в организации, цели и задачи, стоящие перед ней, и т.д. В таком случае оратору необходимо подумать о конкретизации предложенной темы, о выделении круга вопросов для освещения.

При самостоятельном же выборе темы желательно учитывать следующие рекомендации:

– Выбирать надо тему, которая *соответствует знаниям и интересам оратора*. Лучше всего выбирать тему для публичного выступления из тех областей знания, в которых имеется теоретическая подготовка или практический опыт. Специалисты советуют придерживаться полезного правила – брать круг вопросов, подготовка по которым может дать больше знаний, чем обладают слушатели.

– Выбирать необходимо *уместную тему*. Известно, что восприятие речи зависит от многих обстоятельств, в том числе и от конкретной обстановки, в которой произносится речь. Например, люди, собравшиеся на банкете, даже физически не способны слушать солидные выступления на серьезные темы. Наоборот, за дружеским столом легко примут то, что в аудитории может показаться

некорректным, смутить, озадачить или обидеть слушателей. Поэтому при выборе темы важно учитывать конкретные обстоятельства, в которых будет произнесена речь.

– Выбранная тема должна *соответствовать интересам аудитории*. Интересы бывают общественные, профессиональные (администратор, начинающий речь о заработной плате или рабочем времени на собрании, встретит глубокое и сосредоточенное внимание), партийные, личные, групповые, основные (вопросы жизни и смерти, здоровья, денег). Отличительным признаком может служить новизна и конфликт. Зная, перед кем придется выступать, оратор должен учитывать, какие проблемы волнуют его слушателей в данный момент, какие проблемы для них являются приоритетными.

– Тема должна быть *сформулирована как можно более узко и конкретно*. Особенно это важно, если предполагается небольшое по времени выступление. Тема не может быть сформулирована «О работе библиотеки», если мы не собираемся освещать все стороны этой работы. Лучше выглядит такая формулировка: «О необходимости изменения режима работы библиотеки». Ограничивать тему можно, сужая место действия: вместо «Озеленение Волгограда» – «О необходимости посадки новых деревьев в парке «Молодость»; уточняя время действия: вместо «О работе нашего клуба» – «Достижения нашего клуба во втором полугодии»; выделяя один аспект проблемы: вместо «О культуре поведения» – «О необходимости вежливого обращения мальчиков с девочками» и т. д.

Когда тема выбрана, следует подумать о *формулировке* ее. Нельзя забывать, что удачная формулировка темы выступления определенным образом настраивает аудиторию, готовит ее к восприятию будущей речи. Название речи должно отвечать целому ряду требований. Прежде всего, тему необходимо формулировать ясно, четко и по возможности кратко. Длинные формулировки, названия, включающие незнакомые слова и выражения, отталкивают слушателей, порой даже вызывают отрицательное отношение к предстоящему выступлению. Следует избегать и слишком общих названий, так как они требуют освещения многих вопросов, чего не в состоянии сделать выступающий. Для конкретизации общей формулировки часто прибегают к подзаголовкам. Выбранная формулировка непременно должна отражать содержание выступления и обязательно привлекать внимание слушателей.

Необходимым условием успешной подготовки считается определение *цели выступления*. По мнению ученых, эффективность речи – это степень реализации ее целевой установки, отношение достигнутого результата к поставленной цели. А цель – это то, к чему стремятся, чего хотят достигнуть. Поэтому говорящий

должен ясно представлять, с какой целью он произносит речь, какой реакции слушателей добивается. Если выступающий не подумает о назначении речи, он не достигнет успеха в ее подготовке и произнесении.

Надо иметь в виду, что выступающему следует формулировать цель речи не только для себя, но и для своих слушателей. Четкая формулировка целевой установки готовит слушателей к восприятию речи, облегчает ее осмысление. Очень часто оратор в начале своего выступления может озвучить прагматическую установку данной речи, хотя это делать не обязательно, так как благодаря удачно скроенному материалу и четкому и последовательному освещению оратором своих мыслей интенция автора будет легко «читаться» слушателями.

Наиболее распространенной и известной классификацией речей по цели высказывания является модель, описанная американским ученым П. Сопером, который предлагает выделять речи *развлекательные, информационные и агитационные* [23]. Последние в свою очередь подразделяются на *воодушевляющие, убеждающие и призывающие к действию*. Естественно, случается, когда какой-либо текст выступления преследует строго одну из данных целей (как правило, они по объему не очень большие); чаще всего в одном выступлении содержится несколько целей. Например, речь развлекательного порядка иной раз не обойдется без информации и даже без элементов воздействия. Речь, склоняющая к действию, не будет иметь успеха, если она не занимательна, не поучительна, не вдохновляет и не убеждает. Но оратор должен ясно представлять себе, какая же из общих установок является преобладающей, и в соответствии с этим строить свою речь.

Рассмотрим подробнее типы текстов в зависимости от целевой установки.

1. РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ РЕЧЬ

Такая речь призвана развлечь слушателя и сделать окружающую обстановку непринужденной, легкой. Ее часто слышишь на банкете и в иной обстановке, где люди встречаются, чтобы в приятном общении провести время. В ней шутка и серьезная мысль, правда и вымысел. Она или проникнутое единством связное повествование, или состоит из анекдотов. В ткани развлекательной речи удачно сплетаются юмор, ирония, насмешливая серьезность, карикатура и преувеличения. В удачной речи на банкете неизбежны шуточные выпады против той или иной группы, нападки на «противоположный» пол или на политическую оппозицию.

Если вы придете к мысли, что уместна развлекательная речь, нужно решить, каков должен быть характер развлекательности. Должна ли речь быть юмористической или нет? Если нет, то это, наверное, будет рассказ или описание

известного вам или лично пережитого события, например рассказ об охоте, о научной экспедиции, о посещении киностудии или повествование о каком-либо захватывающем событии. Нелишни преувеличения в описании обычных ситуаций или личных качеств; уместен иронический показ оборотной стороны того, о чем вы говорите; целесообразно прибегать к умолчанию и внезапной развязке, показывать людей в нелепом или неловком положении.

2. ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕЧЬ

Задача информационной речи не только пробудить любознательность, но и дать новое представление о предмете. Она может быть повествованием, описанием, объяснением. Повествование – это движение; описание расчленяет предмет, показывает частности и придает им наглядный вид, как на картине; объяснение показывает, каков предмет в действии или каково его устройство. Во всех информационных речах преобладает какая-либо одна из этих характерных черт. Например:

Повествование: Новинки ВУЗовской библиотеки. Описание: Состав местной почвы. Дом римского гражданина. Объяснение: Игра в хоккей. Что вдохновляет политика. Смысл буддизма.

Информационная речь должна отвечать следующим требованиям:

а) в ней не должно быть ничего спорного (что уже существует или представляет подлинную правду)

б) она должна вызывать интерес. Характерная для информационной речи черта заключается в том, что она пробуждает любознательность слушателя. Если заранее не возникли вопросы, вызванные удивлением, недоумением или сомнением, необходимо поставить их во время выступления.

в) она должна удовлетворять запросы слушателя. Нельзя браться за доклад об устройстве атома, если вы не проработали эту сложную проблему до предельной ясности.

г) сообщение должно быть актуально. В основе интересов слушателя лежат факты, их значение, процессы, принципы и события сами по себе.

3. ЭПИДЕЙКТИЧЕСКАЯ РЕЧЬ

Это торжественная речь по случаю, имеющая своей целью создание у адресата определенного эмоционального состояния, определенного настроения: чувства удовольствия, наслаждения, гордости, радости или, напротив, чувства гнева, презрения, негодования. Эпидейктическая речь – это апелляция к активным человеческим чувствам. Как правило, эпидейктические речи приурочены к

каким-либо случаям или событиям в жизни человека, организации, страны и т.д., например: юбилей работника, города, открытие Олимпиады, фестиваля, ввод в действие нового предприятия, презентация нового продукта, окончание университета: «Я надеюсь, что данное мероприятие станет прекрасной возможностью для присутствующих сегодня гостей познакомиться с творчеством наших художников и насладиться прекрасной атмосферой российского искусства. Благодарю за внимание» (М. Медведев). Другой же вид эпидейктических речей – обличительные – формируют негативное отношение к некоторым фактам или событиям и направлены на объекты, достойные порицания. При их использовании нужно помнить, что они не должны касаться личности оппонента: «Загрязнение воздуха – это невидимый убийца, который каждый час уносит жизни 800 человек, многие из которых пережили длительные мучительные заболевания, такие как рак, респираторные или сердечные болезни. В тоже время эта проблема не получает должного внимания, в отличие, например, от природных катастроф – при том, что более 150 государств, присоединившись к международным договорам и приняв соответствующие законы, обязались уважать и защищать право на здоровую окружающую среду. Люди не могут избежать грязного воздуха – ни у себя дома, ни за его пределами. Он проникает везде» (Д. Бойд).

4. ВООДУШЕВЛЯЮЩАЯ РЕЧЬ

Агитационные речи в общем можно разбить на три группы: речи с целью воодушевить, речи с целью убедить и речи с целью вызвать активную реакцию. Большинство речей на политических или спортивных собраниях и выступлениях с приветствиями, с оценкой заслуг и в ознаменование событий и явлений, а также беседы по вопросу о значении моральных и общественных ценностей, проповеди, по сути, представляют собой воодушевляющие речи. Предвыборные выступления политических ораторов, высмеивающие противников, принадлежат к этой же категории. Такие речи содержат в себе прямой призыв к чувствам, заряжают слушателя позитивной мощной энергией и силой, помогают настроиться перед ответственным мероприятием.

5. УБЕЖДАЮЩАЯ РЕЧЬ

Убедить – значит логическими доводами доказать или опровергнуть какое-либо положение. Это чисто логическая задача. На практике эти речи рассматривают как агитационные, в которых любыми методами – логическими и психоло-

гическими – оратор убеждает согласиться с ним в опорном вопросе. Но хотя такая речь стремится определить образ мышления и поведения, она не представляет собой призыва к непосредственному действию.

В таких типах речей две основные ошибки сопутствуют выбору предмета речи: или обращаются к теме, не представляющей реального или потенциального интереса, или обсуждают вопрос, который не в состоянии разрешить или хотя бы помочь его разрешению. Как избежать таких ошибок?

а) Выбирайте действительно спорный вопрос

Если, прежде чем вы начали говорить, все уже согласны с вами, то незачем возбуждать интерес к теме и нечего решать. Таким будет доклад в туристском клубе о преимуществе пешеходных экскурсий. Значительная часть политических и социальных проблем не так-то легко поддается решению (торговля спиртными напитками, налоги с торгового оборота, государственный контроль над коммунальными услугами, тарифы, оборот предприятия, безработица, законность). Выбирая одну из указанных тем, оратору необходимо быть уверенным, что удастся внести в нее нечто конструктивное и новое, о чем уже давно не слышала аудитория.

б) Выбирайте содержательную тему

Люди хотят, чтобы их развлекли и познакомили с предметами, которые интересны или сами по себе, или благодаря остроумной и увлекательной форме изложения. Многие вопросы настолько далеки от слушателя, что представляют чисто академический интерес.

в) Выбирайте разрешимый вопрос

Это вовсе не значит, что вы сможете в одной речи разрешить любой обсуждаемый вопрос. Но вы должны что-нибудь сделать для возможного решения. Заниматься вопросом, обитаемы ли другие планеты, было бы бесцельным умозрением, пока нет средств представить доказательства. Некоторые содержательные спорные вопросы неразрешимы, поскольку еще отсутствуют фактические и поддающиеся учету данные.

6. ПРИЗЫВАЮЩАЯ К ДЕЙСТВИЮ РЕЧЬ

Слушателя призвали к действию: к новому, к продолжению или прекращению прежнего. Следовательно, его убедили. Агитационной речи свойственны отличительные черты других речей: она должна содержать необходимые фактические данные, пробуждать психическую восприимчивость, приводить к согласию. Сверх этого ей присущ неотъемлемый и характерный только для нее элемент:

она должна заставить слушателя почувствовать потребность сделать то, о чем ее просит оратор.

Так, например, такие речи практикуются на политических митингах, в обращениях, в рекламном дискурсе и т.д.: «Давайте бороться вместе! Нас много – честных россиян; наши цели ясны, и борьба справедлива: Россия должна вновь стать сверхдержавой!» (В. Жириновский).

1.4. Тезис речи

Следующий шаг в подготовке речи – формулирование основного тезиса речи. В отличие от темы речи, где предмет выступления только предъявляется, тезис – это стержень высказывания, который оратор постоянно держит в памяти, чтобы сохранить смысловое единство речи. Смещение этих категорий недопустимо. Например, тема выступления – *«Интеграция дистанционного обучения в вузе»*, тезис – *дистанционное обучение, основанное на специальной программной платформе, позволяющей грамотно организовать и автоматизировать большинство видов учебного процесса для оптимизации образования, будет интегрировано в вузе с сентября текущего года.*

Наиболее тесно тезис связан с задачей и является по существу одним из возможных ответов на вопрос, заключенный в задаче. Он является своего рода ответом, который выступающий предлагает слушателям. Например, задача речи: *побудить студентов пройти флюорографическое исследование*, тезис – *проведенное медицинское исследование позволит предупредить серьезные заболевания, о наличии которых они могут даже и не подозревать.* Формулировка тезиса работает на решение задачи речи.

В речи тезис обычно предъявляется либо в начале главной части выступления (для незаинтересованного слушателя), либо в конце ее (для слушателя, активно включенного в процесс).

Как отмечают Т. В. Анисимова и Е. Н. Гимпельсон [1], именно вследствие такой тесной связи задачи и тезиса отсутствие четко определенной задачи часто приводит к тому, что в речи нет и ясно выраженной основной мысли, объединяющей весь текст, а, следовательно, и к общей риторической неудаче.

Правила формулирования тезиса. Особое внимание следует обратить на процедуру формулирования тезиса. Необходимо охватить единственный вопрос в исключительных деталях, чтобы утверждения были твердо обоснованы самим содержанием документа. Тезис должен содержать в себе определенные конкретные утверждения, а не просто перечислять факты; отстаивать точку зрения, то есть заявлять о вашем отношении к конкретной теме; сообщать главную идею и

объяснять то, что вы хотите обсудить. Тезис требует, как правило, формулирования длинного и сложного предложения, обогащенного придаточными, деепричастными и причастными оборотами, вводными словами. Важно следить, чтобы каждая формулировка тезиса была именно суждением, а не заголовком (назывным предложением), лозунгом или вопросом.

При затруднении формулирования тезиса необходимо попробовать поставить вопрос к основной идее текста. Например, если вы должны рассказать о пользе использования компьютеров при обучении, то преобразуйте поставленную перед вами задачу в вопрос: *Каковы выгоды от использования компьютера при обучении?* И начать тезис следующим образом: *«Потенциальные выгоды от использования компьютера ...»*

В случае возникновения дискуссии или спора необходимо помнить, что эффективно построенные тезисы держат контроль над всеми заявленными утверждениями.

Итак,

- тезис должен нуждаться в доказательстве. Бессмысленно пытаться доказывать очевидные вещи, определения понятий, констатации фактов, аксиомы и постулаты;

- тезис должен быть ясным и точным. Многие слова естественного языка являются многозначными и расплывчатыми, что обуславливает неясность тезиса. Кроме того, следует иметь в виду, что в качестве тезиса лучше брать частные суждения, а не общие. Частное суждение легче доказать и труднее опровергнуть;

- тезис должен оставаться одним и тем же на протяжении всего доказательства.

Каковы же конкретные формы уклонения от тезиса в ораторской практике?

1. Потеря тезиса. Довольно частое явление в речи неопытного оратора, нередко – следствие его волнения. Такой оратор легко теряет главную нить рассуждения, сбивается на второстепенный вопрос или начинает говорить «вообще». Иногда тема оказывается слишком сложной, и оратор не может ее раскрыть, но поскольку он должен говорить, то освещает более знакомый или простой вопрос. Таковыми являются также случаи, когда выступающий неправильно понял тему и говорит не о том, что в ней предполагалось рассматривать. Ср., например:

Журналист: *Как вы понимаете термин «демократизация общества»?*

Интервьюируемый: *Наше общество и власть не готовы к демократизации.*

2. Причиной потери тезиса может быть не только мысленный сбой, но и осознанное желание человека отвечать не на тот вопрос, который ему задали, доказывать не тот тезис, который сформулирован. В этом случае говорят о подмене тезиса. **Подмена тезиса** – это нарочитая его потеря, используется как умышленный софистический прием в полемике, когда, будучи не в силах доказать выдвинутое положение, стремятся искусственно переключить внимание на другой вопрос, внешне похожий на доказываемый, но имеющий совершенно другое содержание. В реальной речевой практике достаточно сложно разграничить, где произошла потеря тезиса, а где – его сознательная подмена.

– *Где ты купила это платье?*

– *Оно там уже не продается.*

Механизм подмены осуществляется часто путем **расширения** или путем **сужения** тезиса:

– *Супруги должны делить домашние обязанности.*

– *Ну нет, у нас феминизм не пройдет! Здесь вам не Америка какая-нибудь* (расширение тезиса).

– *Супруги должны делить домашние обязанности.*

– *Почему это я должен мыть посуду, стирать белье? Это женские обязанности* (сужение тезиса).

Логическая ошибка «потеря тезиса» и уловка «подмена тезиса» встречаются обыкновенно в длинных речах, где сложнее контролировать смысловое единство и легче заменить одно положение другим.

«Потеря тезиса» и «подмена тезиса» часто характеризуют речевое поведение школьников и студентов. Подмена тезиса – характерная черта дипломатической речи.

3. Т. В. Анисимова и Е. Г. Гимпельсон [1] предлагают еще один вид ошибки, так называемое «**лоскутное одеяло**». В одном выступлении говорящий затрагивает и пытается решить несколько мало связанных между собой вопросов. При этом каждая проблема более или менее четко формулируется, но не аргументируется. Такое построение речей, когда проблемы только назывались, но не предлагалось никаких решений, было чрезвычайно характерно для выступлений советского периода, и все еще продолжает быть актуальным и сейчас, поэтому на этот вид отступления от тезиса необходимо обратить особое внимание. Пример из интервью экс-Министра образования А. А. Фурсенко: *«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 зарплат 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».

4. Утопленный тезис. Данная ошибка связана с логическим и синтаксическим построением текста. Небрежное языковое оформление приводит к тому, что слушающему очень сложно вычленив тезис выступления. У оратора есть единая основная мысль, но он не может донести ее до аудитории. Тезис либо совсем теряется в неумелых рассуждениях, либо воспринимается как два разных тезиса. Приведем фрагмент из телевыступления В. С. Черномырдина: «Говорил, говорю и буду говорить: не станет Черномырдин, не произойдет этого, как бы некоторые ни надеялись. Потому что, когда такие задачи стоят, когда мы так глубоко оказались, не время сейчас. Меня многие, я знаю, из-за того, что Черномырдин очень многим оказался, как в горле, как говорится. Но я всем хочу сказать, не говоря уж о Борисе Николаевиче, что пусть они не думают, что так легко. Ведь люди видят, кто болеет за судьбу, а кто просто занимается под маркой. Я знаю, кто тут думает, что пробил его наконец. Черномырдин всегда знает, когда кто думает, потому что он прошел все это от слесаря до сих пор. И я делаю это добровольно, раз иначе нельзя, раз такие спекуляции идут, что

хотят меня сделать как яблоко преткновения. Это надо внимательно еще посмотреть, кому это надо, чтобы вокруг Черномырдина создавать атмосферу. Все должны знать: сделанного за годы реформ уже не воротить вспять!»

5. Ассоциативный тип построения речи. В этом случае 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.

Таким образом, формулирование тезиса – необходимая задача для оратора при любом выступлении, которая помогает ему не только сосредоточиться на главной мысли своей речи, но и представить с помощью тезиса то новое и интересное, что он хочет донести до своей публики.

1.5. Композиция публичного выступления: определение, основные принципы

Для успешного публичного выступления недостаточно изучить литературу по выбранной теме, найти интересные сведения, собрать убедительные факты, цифры, примеры. Нужно подумать, как расположить этот материал, в какой последовательности его излагать. Перед оратором неизбежно возникает целый ряд вопросов: какими словами начать выступление, как продолжить разговор, чем закончить речь, как завоевать внимание слушателей и удержать его до конца. Поэтому важно уделить серьезное внимание работе над композицией речи.

Цицерон утверждал: «Если ты возьмешь хорошо сложенное построение тщательного оратора и нарушишь ее перестановкой слов – развалится вся фраза» [26, с. 43].

В теории ораторского искусства под **композицией речи** понимается построение выступления, соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему выступлению как единому целому. Для наименования этого понятия наряду со словом *композиция* употребляются также близкие по смыслу слова *построение, структура*.

Как видно из определения, когда говорится о композиции ораторской речи, то обязательно учитывается, как соотносятся между собой части выступления, какое место занимает отдельная часть по отношению ко всему выступлению. Если соотношение частей выступления нарушается, то эффективность речи снижается, а иногда сводится к нулю.

«Для успеха речи, – писал выдающийся юрист и общественный деятель XIX века А. Ф. Кони в статье «Советы лекторам», – важно *течение мысли лектора*. Если мысль скачет с предмета на предмет, перебрасывается, если главное постоянно прерывается, то такую речь почти невозможно слушать» [13, с. 107].

Композиция требует как умений и навыков, так и таланта, изобретательности. Как замечает В. Д. Черняк, «она придает речи, даже самой краткой, ощущение законченности, целостности, регулирует внимание аудитории и косвенно, неявно выражает авторскую оценку» [27, с. 43].

М. И. Ромм, выдающийся кинорежиссер и преподаватель, на простом примере продемонстрировал возможности композиции. Нужно расположить в определенной последовательности четыре кадра (в случае построения риторического текста – предложения): «Собака лает»; «Мальчик смотрит»; «Птичка поет»; «Толстяк ест котлету». Расположение кадров одним образом («Птичка поет», «Толстяк ест котлету», «Мальчик смотрит», «Собака лает») приведет к выводу о том, что толстяк жаден, мальчик голоден, а собака зла, хотя об этом не сказано ни слова. Перемешаем кадры, предлагает М. И. Ромм: «Птичка поет», «Собака лает», «Мальчик смотрит», «Толстяк ест котлету». Перемена мест слагаемых изменит оценку происходящего: толстяк вполне добродушен, мальчик смотрит на птичку, на которую (а не на него) лает собака.

Этот упрощенный и вместе с тем убедительный пример в полной мере раскрывают возможности и значимость композиции.

Конечно, не существует универсальных правил построения публичного выступления. Композиция будет меняться в зависимости от темы, цели и задач, стоящих перед оратором, от состава слушателей.

Наиболее распространенной структурой устного выступления считается трехчастная, включающая в себя следующие элементы: вступление, главную часть и заключение.

1.5.1. Вступление как важнейшая составная часть ораторской речи

Успех публичного выступления во многом зависит от того, как оратор начал говорить, насколько ему удалось заинтересовать аудиторию. Неудачное начало снижает интерес слушателей к теме, рассеивает внимание. Ученые многочисленными экспериментами доказали, что лучше всего усваивается и запоминается то, что дается в начале или конце сообщения. В психологии это объясняется действием закона первого и последнего места, так называемого «закона

края». Поэтому оратор должен уделить большое внимание разработке вступительной части речи. Причем эта часть выступления продумывается в последнюю очередь, когда оратор уже хорошо представляет всю речь.

Во вступлении подчеркивается актуальность темы, значение ее для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса. Перед вступлением ораторской речи стоит важная психологическая задача – подготовить слушателей к восприятию данной темы. Оратору необходимо завоевать внимание всей аудитории, заставить работать всех слушателей, в том числе и нежелающих слушать, что, бесспорно, нелегко сделать. Поэтому во введении особое внимание уделяется началу речи, первым фразам, так называемому *зачину*.

Какие же приемы можно использовать во вступительной части речи для привлечения внимания аудитории?

Опытные ораторы рекомендуют начинать выступление с *интересного примера, пословицы и поговорки, крылатого выражения, юмористического замечания*.

Во вступлении может быть использована *цитата*, которая заставляет слушателей задуматься над словами оратора, глубже осмыслить высказанное положение. Так, один из лекторов, выступающих по проблемам молодежи, удачно использовал прием парадоксального цитирования для создания определенного эмоционального настроения слушателей, для подготовки аудитории к восприятию своих идей. Обратившись к аудитории, он прочитал такие цитаты:

1. *Наша молодежь любит роскошь, она дурно воспитана, она насмехается над начальством и нисколько не уважает стариков.*

2. *Я утратил всякие надежды относительно будущего нашей страны, если сегодняшняя молодежь завтра возьмет в свои руки бразды правления, ибо эта молодежь невыносима, невыдержанна, просто ужасна.*

3. *Наш мир достиг критической стадии. Дети уже больше не слушают своих родителей. Видимо, конец мира уже не очень далек.*

4. *Эта молодежь растленна до глубины души. Молодые люди злокозненны и нерадивы. Никогда они не будут походить на молодежь былых времен. Младое поколение сегодняшнего дня не сумеет сохранить нашу культуру.*

Когда часть слушателей аплодисментами поддержала высказанные мнения, так как они совпали с их собственными оценками современной молодежи, лектор назвал имена авторов цитат. Первая заимствована у Сократа (470–399 гг. до н. э.), вторая – у Гесиода (720 г. до н. э.), третье изречение принадлежит одному египетскому жрецу, жившему за 2000 лет до н. э., четвертая обнаружена на

глиняном горшке, найденном среди развалин Вавилона, возраст горшка – свыше 3000 лет.

Апелляция к предыдущему оратору также является эффективным приемом, особенно в дискуссиях, спорах, дебатах и т.д. Задача оратора при его использовании – оставаться корректным по отношению к оппоненту: 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»* [15].

Пробуждает интерес к выступлению и рассказ *о личных впечатлениях или размышлениях*, связанных с темой.

Эффективное средство завоевания внимания слушателей – *вопросы*. Они позволяют оратору «втянуть» аудиторию в активную умственную деятельность, привлечь к сотрудничеству, определенным образом настроить слушателей.

Заслуживает внимания оратора и публики такой прием, как *столкновение различных точек зрения*, заключающийся в представлении нескольких мнений, зачастую антагонистических, на одну проблему: *«Кто-то любит организованный отдых за рубежом, кому-то нравится покорять неизведанное нашей Родины!»*.

Обращение к приему *«стилистическая трансформация текста»* заимствуется оратором из лингвистики и заключается в преднамеренном нарушении стилистических и жанровых норм употребления текста. Данный прием воздействует больше на эмоциональную сферу человека и «ломает» ожидания публики. Например, адвокатская речь в суде однажды звучала следующим образом: *«Боясь неуместности романтических оборотов, начну традиционно-сказочными словами. Жила-была на свете семья. Жили они дружно, любили и уважали друг друга»* [4, с. 43].

Следует иметь в виду, что каждое выступление требует своего, особого, начала. При этом необходимо учитывать и тему, и вид речи, и состав аудитории, и степень ее подготовленности, и эмоциональный настрой самого оратора.

1.5.2. Главная часть речи

Хорошо продуманное вступление и необычное заключение еще не обеспечивают успеха выступления. Бывает, оратор оригинально начал свое выступление, заинтересовал слушателей, но постепенно их внимание ослабевает, а затем

и пропадает. Перед выступающим стоит очень **важная задача** – не только привлечь внимание слушателей, но и сохранить его до конца речи. Поэтому наиболее ответственной является главная часть ораторского выступления.

В ней излагается основной материал, последовательно разъясняются высказанные положения, доказываются их правильность, слушатели подводятся к необходимым выводам. В главной части выступления необходимо строго соблюдать **основное правило композиции** – *логическую последовательность и стройность изложения материала*. М. М. Сперанский в «Правилах высшего красноречия» утверждал: «Все мысли в слове должны быть связаны между собой так, чтоб одна мысль содержала в себе, так сказать, семя другой» [24].

Продумывая структуру главной части речи, выступающий должен определить, каким методом он будет излагать материал, какие доводы возьмет для доказательства выдвинутого положения, какие ораторские приемы использует с целью привлечения внимания слушателей. Оратору необходимо умело расположить все эти компоненты, чтобы своим выступлением оказать желаемое воздействие на аудиторию.

Каким бы методом ни пользовался оратор в выступлении, его речь должна быть доказательной, суждения и положения убедительными. Оратору необходимо не только убедить в чем-то аудиторию, но и соответствующим образом повлиять на нее, вызвать ответную реакцию, желание действовать в определенном направлении. Поэтому при работе над главной частью следует продумать систему логических и психологических доводов (аргументов), используемых для утверждения выдвинутых положений и воздействия на аудиторию.

Логические доводы обращены к разуму слушателей, *психологические* – к чувствам. Они бывают сильными, против которых трудно что-либо возразить, и слабыми, легко опровергаемыми. Располагая доводы в своей речи определенным образом, оратор должен иметь в виду, что самые сильные доводы, как правило, используются в конце рассуждения.

Каждому оратору следует иметь представление и о возможных **недостатках в композиции** публичного выступления, чтобы избежать их при подготовке. Основная из них – *нарушение логической последовательности* в изложении материала. К недостаткам композиции относятся также *перегрузка текста теоретическими рассуждениями, отсутствие доказательности основных положений, обилие затронутых вопросов и проблем*.

Оратору не следует освещать много вопросов в своем выступлении. Это утомляет слушателей, лишает оратора возможности глубоко и полно рассмотреть все затронутые им проблемы. Рекомендуется предлагать вниманию аудитории не более 3–4 вопросов.

Публичное выступление не должно содержать фактов, примеров и т.п., не относящихся к обсуждаемому предмету. Необходимо, чтобы речь оратора была экономной и краткой. Но краткость речи, по мнению специалистов, состоит не в краткости времени, в течение которого она произносится, а в отсутствии в ней всего лишнего. Выступление может продолжаться часами и быть кратким, информативным, иногда же речь звучит всего несколько минут, а слушателям кажется длинной и утомительной.

К недостаткам композиции относится и *шаблонное, трафаретное построение речи*. Сатирики И. Ильф и Е. Петров в романе «Двенадцать стульев» великолепно высмеяли трафарет митинговой речи середины двадцатых годов.

Таковы основные требования, предъявляемые к построению главной части речи. Однако ораторское искусство – дело творческое, поэтому универсальных правил здесь не существует. Все зависит от самого оратора.

1.5.3. Заключение

Важной композиционной частью любого выступления является заключение. Убедительное и яркое заключение запоминается слушателям, оставляет хорошее впечатление о речи. Напротив, неудачное заключение губит порой неплохую речь. Довольно часто мы бываем свидетелями того, как выступающий, не уложившись в регламент, просто обрывает выступление, не произносит заключительных слов.

Каким же должно быть заключение?

Известно, что в процессе восприятия ораторской речи действует «закон края», т.е. лучше запоминается то, что дается в начале и в конце сообщения. Поэтому рекомендуется в заключении повторить основную мысль, ради которой произносится речь, суммировать наиболее важные положения. В заключении текста не должно быть новых сведений и дополнительных мыслей и дополнительных сведений, т.к. это психологически нецелесообразно; слушатели все равно их не запомнят и не придадут им должного внимания. В конце выступления следует подвести итоги сказанного, сделать выводы, поставить перед слушателями конкретные задачи, которые вытекают из содержания выступления, а также наметить прогнозы будущего состояния данной проблемы или ее разрешения. Прогноз должен обладать позитивным воздействием на аудиторию. Кроме

того, он представляет собой вероятностное суждение, поэтому нельзя быть категоричным в его осуществлении; для этого рекомендуется использовать модальную лексику: *вероятно, возможно, как нам кажется, я полагаю, можно прогнозировать* и т.д.

Продумывая заключение, особенно тщательно надо поработать над последними словами выступления, так называемой концовкой. Если первые слова оратора должны привлечь внимание слушателей, то последние призваны усилить эффект выступления. Последние слова оратора должны мобилизовать слушателей, воодушевлять их, призывать к активной деятельности. Если речь заканчивается лозунгом, призывом, то она произносится высоким тоном, эмоционально.

В заключение следует подчеркнуть, что всякое выступление как творческий акт в деятельности оратора требует своего завершения, своего последнего аккорда.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Задание 1. Вас пригласили выступить на одном из следующих собраний. Отберите наиболее интересную и актуальную, на ваш взгляд, проблему, которая станет в дальнейшем предметом вашего выступления. Продумайте концепцию своего выступления. Как вы думаете, какие источники накопления информации окажутся для вас наиболее ценными? Почему? Сформулируйте тему своей речи.

1. Самая острая экологическая проблема нашей области. 2. Автомобильные пробки в большом городе. 3. Проведение досуга летом. 4. Почему современная молодежь перестала читать? 5. Юбилей великого поэта.

Задание 2. Помогите говорящему оценить степень уместности темы для данной аудитории: можно использовать или нельзя; если можно, то в каком аспекте, если нельзя, то почему?

1. В отделе, где работают исключительно люди пенсионного возраста:
а) социальная политика правительства; б) влияние Стива Джобса на развитие компьютерной индустрии; в) мода вчера и сегодня; г) как снять номер в хостеле; д) секреты рационального питания.

2. В женском клубе: а) открытие новой планеты; б) организация фермерского хозяйства; в) секреты французской кулинарии; г) как вырастить арбузы на дачном участке; д) социальная политика правительства.

3. Перед школьниками старших классов на классном часе: а) что такое современный рок? б) вклад А. Карпова в теорию эндшпилей; в) как вести себя в обществе; г) приусадебный участок; д) гастрольная афиша Волгограда.

Задание 3. Какой, скорее всего, окажется тип текста по цели речи, если тема определена так:

1. День победы – ваш праздник. 2. Необходимо ввести реформу высшего образования. 3. Жизнь после выхода на пенсию. 4. Как предупредить простудные заболевания. 5. Вам необходимо избавиться от речевых ошибок. 6. Сто лет родному городу. 7. Чего можно добиться с помощью диеты. 8. Спасите братьев наших меньших.

Задание 4. Определите тему и задачу в следующих риторических текстах.

1. Дорогие метростроевцы! Честь вам и слава за прекрасный подарок, сделанный москвичам к Новому году! Все мы знаем, с каким упорством и мужеством, с какой изобретательностью вы трудились на этой трассе! И вы сделали чудо! Вы стали победителями самых неожиданных препятствий. И станция «Медведково» не просто очередная станция Московского метрополитена, а памятник мужеству каждого строителя этого сооружения. (М. Дудин)

2. Пользуясь случаем, хочу обратиться с этой трибуны лично к Мэру столицы от имени Московской рекламной Гильдии и от имени всех операторов рынка наружной рекламы. В этом году у большинства операторов заканчиваются долгосрочные договора на право размещения средств наружной рекламы в Москве. Проект постановления «Об утверждении формы долгосрочного договора и расчета платы по Соглашению о праве заключения Долгосрочных договоров на размещение средств наружной рекламы на объектах г. Москвы сроком до семи лет» подготовлен и направлен на согласование. Однако процесс этого согласования затягивается, что не просто ставит более 70% всех рекламных конструкций в Москве вне правового поля, но и наносит сильный удар по серьезным и добросовестным операторам рынка наружной рекламы. Отсутствие стабильности и уверенности в завтрашнем дне мешает развиваться всем участникам рынка, независимо от их размеров. В таком положении предприниматели не готовы вкладывать средства в новые проекты. Мы просим Вас поддержать внесенный Комитетом рекламы, информации и обновления города Москвы проект Постановления и содействовать его скорейшему согласованию во всех необходимых инстанциях.

3. Господа! Вы, конечно, помните, что первая книга на языке эсперанто появилась в 1877 году. Автором ее был доктор Заменгоф — создатель этого международного языка. И вот сегодня мы собрались с вами по случаю выхода в свет «Полного иллюстрированного словаря на языке эсперанто». Он содержит 15 тысяч корней. Народы, говорящие на романских языках, даже не изучая современный вариант эсперанто, поймут 9 из 10 слов этого языка. Представители германских языков встретят 65 % знакомых слов, славянам будет понятно 25 % слов. Все это свидетельствует о том, что наш словарь послужит делу распространения эсперанто во всем мире, делу сплочения всего человечества. (П. А. Коржавин)

4. Мы сегодня присутствуем при очень приятном событии. Мы возрождаем ещё одну традицию Русского географического общества – вручение премий. Здесь наш замечательный и любимый всеми нами космонавт говорил о том, что

Русское географическое общество когда-то ушло в небытие, потом опять заработало. Будем считать, что оно заснуло летаргическим сном, а потом опять явилось нам, как спящая красавица, и радуется всех нас, вдохновляет на новые свершения. Безусловно, когда мы говорим о «человеке года», это значит, что за коллективом и за руководителем этого коллектива признаётся, что они сделали что-то особенное и что-то важное и очень интересное. Давайте посмотрим, кто это и что это за работа. (В. В. Путин)

Задание 5. Даны темы. Проанализируйте возможные ситуации, где вам может понадобиться выступить с такими речами. Сформулируйте для каждой ситуации цель, 2-3 задачи речи, выберите подходящую аудиторию. **Выступите на одну из тем с небольшой речью.**

1. Опасности купания в озерах. 2. Реклама обманывает вас. 3. Как выбирать профессию. 4. Как следует изучать историю (математику, физику...) 5. Новая система выпускных экзаменов. 6. Интернет-зависимость. 7. Импортные лекарства на нашем прилавке. 8. Собака – мой друг. 9. О пользе восьмичасового сна. 10. Курсы секретарей-референтов для старшеклассников.

Задание 6. Определите тему и задачу представленных высказываний. Вычленили тезис.

1. Господа! Сегодня мы переходим к новой теме «Роль этикета в жизни общества». Но прежде чем мы рассмотрим первый вопрос, я хотел бы остановиться на значении самого термина «этикет». Слово этикет – французского происхождения, и в переводе означает ‘ярлык, этикетка’ и ‘церемониал’, т. е. порядок поведения на определенных церемониях. В русский язык это слово вошло в XVIII веке, когда складывался придворный быт абсолютной монархии, устанавливались широкие политические и культурные связи России с другими государствами. В XVIII веке под этикетом понимался лишь свод правил поведения, принятых при дворах монархов. Однако жизнь потребовала более широкого толкования этого термина. В настоящее время, как свидетельствует Академический словарь русского языка, под этикетом понимается «установленный порядок поведения, формы обхождения в каком-либо обществе». Правда, в советское время значение слова этикет было неоправданно сужено, им определяли только культуру поведения в дипломатических сферах или очень официальной обстановке. Однако сейчас постепенно происходит возвращение к значению, указанному в Академическом словаре, осознание того, что этикет – не буржуазный предрассудок, а способ внешнего оформления отношений между людьми. (Устная речь)

2. Уважаемые коллеги! Я думаю, что пришла пора всерьез поговорить о том, какой вклад мы можем внести в повышение культуры общения наших сограждан. Задумывались ли вы о том, учат ли общению будущих продавцов или, скажем, медсестер? А будущих должностных лиц или общественных деятелей, которые поведут прием граждан и будут беседовать с ними по разным, часто жизненно важным вопросам? Нет! Поэтому совершенно необходимо начать срочно широкое, массовое обучение людей тем аспектам и направлениям в языкознании, которые уже имеют более или менее надежную научную базу, – культуре речи, риторике, теории общения. Необходимо продолжить научные поиски с участием специалистов разных областей знания, нужно создавать учебники по теории общения, как общие, так и ориентированные на студентов различных специальностей, в структуре деятельности которых общение – неперенный элемент. Это врачи, юристы, чиновники, журналисты, учителя, продавцы, да и вообще работники всей широкой сферы обслуживания. В этой большой работе филфак МГПИ не может остаться в стороне. Наш огромный научный потенциал и педагогический опыт явятся хорошей гарантией высокого качества продукции, которую мы создадим. Поэтому я считаю, что мы должны немедленно включиться в эту важную работу и разработать свой вариант программы и учебника. Мы не можем оставаться в стороне! (Устная речь)

3. Дорогие друзья! Сегодня начинаются занятия в нашей школе хороших манер. Попытки раскрыть смысл, который вкладывается в понятие «хорошие манеры», предпринимались не единожды. Однако сделать это, несмотря на кажущуюся простоту, оказалось нелегко. По мнению Дж. Свифта, «хорошими манерами обладает тот, кто наименьшее количество людей ставит в неловкое положение». Петр I считал, что воспитанного человека украшают три добродетели: приветливость, смирение и учтивость. Порой определения давались в шуточной форме. Например, англичане считали, что джентльменом можно назвать человека, который никогда не делает что-либо плохое не нарочно. Но как бы ни определялось слово «этикет», суть этого понятия вот уже два века остается неизменной: вступая между собой в личный контакт, люди должны уметь вести себя естественно и тактично. Это умение не приходит само собой. Ему надо учиться. И вот открывая новый учебный год, мы надеемся, что вы станете по-настоящему воспитанными, вежливыми людьми, овладеете всеми премудростями этикета и сможете свободно чувствовать себя в любом обществе. (Устная речь)

Задание 7. В зависимости от особенностей предполагаемой аудитории и задачи речи тезис на одну и ту же тему может быть сформулирован совершенно

по-разному. **Предложите 2–4 тезиса по каждой из предложенных проблем так, чтобы каждый из них был ориентирован на другую аудиторию (уточните, какую именно) и имел поэтому другую задачу.**

1. Как обезопасить человека от негативного влияния рекламы? 2. Роль телевидения в нашей жизни 3. Человек и компьютер. 4. Почему молодежь не ходит в театр? 5. Нужно ли призывать студентов на военную службу?

Задание 8. Выявите тезис и аргументы и постройте на основе их опровержение, воспроизводящее логику рассуждения чеховского героя. Оцените его состоятельность.

«Вы изволили сочинить, что человек произошел от обезьянских племен мартышек, орангуташек и т.п. Простите меня, старичка, но я с Вами касательно этого пункта не согласен и могу запянуть Вам поставить. Ибо если человек, властитель мира, умнейшее из дыхательных существ, произошел от глупой и невежественной обезьяны, то у него был бы хвост и дикий голос». (А. П. Чехов. Письмо к ученому соседу).

Задание 9. Прочитайте риторические тексты, вычлените тезис в каждом из них. Проанализируйте причины уклонения от тезиса. Помогите, если возможно, выступающему отредактировать текст.

1. (Ученику в школе задали по биологии описать герань)

– Что можно сказать об этой герани? Герань – это комнатный цветок. Бывают полевые цветы. И садовые. Мало ли какие бывают цветы! А наша герань растет в горшке на окне. Считается, что герань – символ мещанства. Потому что мещане очень любили герань. Что такое символ? Символ – это условный знак, выражающий какую-то идею. Считается, что герань символизирует идею мещанства. Мещанство! Это отвратительная штука. Это мерзость! Мещанин – это человек с мелкими, куцыми интересами собственника. М. Горький изобличал мещан! Вспомним его «Песню о Соколе»! Уж – это символ мещанства. «Рожденный ползать – летать не может!» (По Ю. Коринцу. Пример Д. Х. Вагаповой)

2. – Сколько сейчас времени?

– Ты в любом случае опоздал.

3. Журналист: Ультиматум, принятый ООН, касался и сербов, и хорватов. Почему же авиаудары коснулись только сербов?

Человек из МИДа: Дело в том, что это был двусторонний ультиматум, который предполагал вывод войск из демилитаризованной зоны. Теперь все склады с оружием сербов блокированы и не могут быть использованы. Я надеюсь, что

после этой вспышки насилия стороны сядут за стол переговоров. (ТВ, «Время», 27.05.1995 г.)

4. Он произнес застольную речь в таком роде:

– Мне тут здорово нравится. Я еще никогда не жил в лесу; зато у меня был один раз ручной опоссум, а в прошлый день рождения мне исполнилось 9 лет. Терпеть не могу ходить в школу. Крысы сожрали 16 штук яиц из-под рябой курицы тетки Джимми Талбота. А настоящие индейцы тут в лесу есть? Я хочу еще подливки. Ветер отчего дует? Оттого, что деревья качаются? У нас было 5 штук щенят. Хенк, отчего у тебя нос такой красный? У моего отца денег видимо-невидимо. А звезды горячие? В субботу я два раза отлупил Эда Уокера. Не люблю девчонок! Жабу не очень-то поймашь, разве только на веревочку. (О`Генри)

5. Давая российскому гражданину транзитную визу, сотрудники финского посольства в Швеции хотят быть уверены, что у него есть обратный билет в Россию (па паром, на поезд или на самолет). Человек протягивает свой паспорт сотруднику посольства. Тот его спрашивает:

– А билет на паром у Вас есть?

– А что, в это время года трудно с билетами?

Задание 10. Проанализируйте вступительные части публичных выступлений. Определите, какие приемы используются авторами.

1. 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 и в Версале?» Черчилль, усмехнувшись и не вынимая изо рта сигары, ответил в мудром предвидении: «Можете быть уверены: мы не совершим еще раз те же самые ошибки – нет, они будут совсем другими!» (Г. Хейнеман. Доклад о союзниках по разгрому Германии в 1918 г. и 1945 г.)

2. 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. (С. Аверинцев. Похвальное слово филологии)

3. Медицинские ошибки, ведущие к смерти пациентов, гораздо выше, чем считалось ранее. Предотвратимые побочные эффекты приводят к 400 тысячам смертей в год для пациентов, которые ищут помощи в больнице. Это означает, что медицинские ошибки являются третьей по значимости причиной смерти после сердечных заболеваний и рака. Наше видение заключается в создании мира, свободного от врачебных ошибок, и нам нужна ваша помощь. (Презентация одной из американских компаний компьютерных программ для больниц)

4. Недавно прочитал в журнале статью своего коллеги. Говоря о нашем обществе, о наших многочисленных проблемах, он порадовался, что нынешние россияне освободились от предрассудков, от ханжества, которое так мешало нам раньше. Вот тут, мне кажется, нужно кое-что уточнить.

Что понимается под предрассудками? Если понимать под предрассудками суеверия, ничем не оправданные предубеждения, то, конечно, такие предрассудки достойны осуждения. Но вот Пушкин пишет в письме Чаадаеву: «...я далеко не восторгаюсь всем, что вижу вокруг себя; ...как человек с предрассудками – я оскорблён...» И, согласитесь, вряд ли он имеет в виду суеверия, чёрных кошек и «пережитки прошлого».

Предрассудки у него – это не нечто нелепое, отжившее. В данном случае Пушкин говорит о том, что «включается» перед рассудком. До него. Раньше него. О том, что живёт в сознании человека всегда, что составляет его эмоциональную и подсознательную память, что заложено в него прошлым, что не зависит от воли. И что же это за предрассудки? Да всё те же понятия допустимого и недопустимого, возможного и невозможного, справедливого и несправедливого, благородного и бесчестного. (И. Серков)

Задание 11. Проанализируйте заключительные части публичных выступлений. Определите тип заключения.

1. 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». (речь У. Черчилля в Палате Общин от 13 мая 1940г.)

2. Революция близится, нарастает везде. На днях она победила в Венгрии. В Венгрии установлена Советская власть - рабочее правительство. К этому неминуемо придут все народы. Товарищи красноармейцы! Стойте крепко, стойко, дружно! Смело вперед против врага! За нами будет победа. Власть помещиков и капиталистов, сломленная в России, будет побеждена во всем мире! (В. И. Ленин «Обращение к красногвардейцам»)

3. К концу беседы с радиослушателями мне хотелось бы еще раз подчеркнуть огромное значение вопросов культуры речи, значение стилистических навыков и лингвистических знаний.

Высокая культура разговорной и письменной речи, хорошее знание и развитое чутье родного языка, умение пользоваться его выразительными средствами, его стилистическим многообразием – лучшая опора, верное подспорье и очень важная рекомендация для каждого человека в его общественной жизни и творческой деятельности¹.

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». (В. В. Виноградов «О культуре русской речи»)

Задание 12. Предложите вариант вступления (зачин и введение в тему), которые мог бы использовать известный бизнесмен, если бы его попросили провести беседу на тему: «**Как добиться успеха в бизнесе?**». Выступать предлагается перед:

а) уставшими студентами в конце занятий;

б) сотрудниками фирмы, успехи которой в бизнесе оставляют желать лучшего.

Задание 13. Предложите вступление и заключение к следующим темам, постарайтесь, чтобы они перекликались. Примеры тем:

Тема	Аудитория
Сотвори себя сам	Врачи-хирурги
Дружба помогает жить	Университетские преподаватели
Берегите любовь	Военные
Как жить, не старея	Журналисты
Тема	Аудитория
Резервы психики человека	Дипломаты
Как научиться владеть собой	Первоклассники
Космическое будущее человечества	Студенты старших курсов университета
Лучше гор могут быть только горы	Учащиеся профтехучилища
Море – мир красоты и чудес	Сотрудники рекламного агентства
Когда приходит успех	Успешные молодые бизнесмены

Задание 14. Приготовьте и произнесите перед аудиторией трехминутную речь информационного содержания. Речь должна быть **ненаписанной**, нужно приготовить только рабочий и основной планы, последним из которых можно пользоваться при выступлении.

Задание 15. Составьте перечень четырех примеров, иллюстрирующих, чем в журнальных статьях и речах, прочитанных вами, вызывается интерес читателя или слушателя. Дайте определение применяемых способов.

Задание 16. Припомните недавно прослушанную информационную речь, которая ненадолго задержала ваше внимание. Изложите, почему она не заинтересовала вас до конца.

§ 2. Выступление. Основные характеристики публичной речи

2.1. Характеристика личности оратора. Знания, навыки и умения оратора

Каждый выступающий имеет свои индивидуальные особенности, которые влияют на стиль речи и проявляются в манере выступления. Поэтому теоретики ораторского искусства издавна выделяли разные типы ораторов. Так, Цицерон в труде «Об ораторе» называл три типа. К первому он относил ораторов «велеречивых, с возвышенной силой мысли и торжественностью выражений». По его словам, это ораторы «решительные, разнообразные, неистощимые, могучие, во всеоружии готовые трогать и обращать сердца». Ко второму типу, по классификации римского теоретика, принадлежат ораторы «сдержанные и пронизательные, всему поучающие, все разъясняющие, а не возвеличивающие, отточенные в своей прозрачной, так сказать, и сжатой речи». Третий тип ораторов Цицерон характеризовал так: «...средний и как бы умеренный род, не применяющий ни тонкой предусмотрительности последних, ни бурного натиска первых...» [4].

В современной литературе по ораторскому искусству также выделяются разные типы ораторов. Например, С. Ф. Иванова [9] выделяет следующие индивидуальные речевые типы:

1. Рационально-логический. Ораторы этого типа склонны к анализу явлений, к рассуждениям и строгой аргументированности своих и чужих поступков. Их подготовка к любому высказыванию отличается последовательным отбором и строгой систематизацией материалов, обдумыванием и разработкой подробного плана. Их часто заботит, как сделать свою речь более яркой, эмоциональной, какие подобрать примеры, чтобы заинтересовать аудиторию. «Логиками» чаще всего бывают сангвиники.

2. Эмоционально-интуитивный. Представители этого типа говорят страстно, увлеченно, пересыпая свою речь остротами, каламбурами, но не всегда могут уследить за жесткой логической последовательностью речи и «свести концы с концами». План своих выступлений пишут не всегда, считая, что он их сковывает. Наблюдается совпадение эмоционального речевого типа с холерическим темпераментом.

3. Философский. Ораторы-философы более или менее эмоциональны, склонны к анализу, иногда бывают очень организованны в своей работе, а иногда

без всякой видимой организации раскрывают какой-нибудь один вопрос, добиваются до корня и вдруг «уводят» аудиторию вслед за этой идеей. Их общая черта – стремление к исследованию, глубокому осмыслению явлений прямо на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию. Чаще всего данную группу составляют люди флегматического темперамента.

4. Лирический, или художественно-образный. Глубокая эмоциональность, лиризм, внутреннее волнение, острая впечатлительность, проникновенность – черты, характерные для данного типа. Чаще всего в его основе лежит характер утонченный, меланхолический.

Конечно, деление ораторов на типы в определенной мере условно, но имеет под собой научную основу. Академик И. П. Павлов в своих трудах обосновал наличие у человека двух крайних типов высшей нервной деятельности – художественного и мыслительного. В зависимости от того, к какому типу высшей нервной деятельности принадлежит человек, он по-разному произносит речь и воспринимает ее. Следует иметь в виду, что каждая речь должна быть и логичной, и эмоциональной. Поэтому нельзя быть только эмоциональным оратором и не заботиться о логике рассуждения. Если оратор говорит воодушевленно, с большим пафосом, но речь его бессодержательна, то такой оратор раздражает слушателей, вызывает протест и порицание. Проигрывают и те ораторы, которые говорят бесстрастно, неэмоционально.

Безусловно, учет психологических и сенсорных характеристик языковой личности – существенный фактор, определяющий эффективность речевого общения. Однако для риторики наиболее важным является собственно риторический критерий описания ораторских типов, а именно – умение (и желание) оратора держать тезис. На основании этого критерия С. А. Минеева выделяет три типа ораторов: конструктивный, демагогический и популистский [19, с. 12].

Конструктивный оратор нацелен на речь. Его основная задача – показать решение проблемы. Поэтому он точно и определенно формулирует для себя тезис и стремится раскрыть его в речи, старается привести убедительную аргументацию, высказывает конкретные предложения, тщательно продумывает и структурирует содержание, соответствующее своей цели и предназначенное конкретной аудитории.

Демагог ориентирован на оратора, т. е. на самого себя. Его основная цель – предьявить себя. Речи оратора-демагога обычно малосодержательны, тезиса нет совсем или он очень неконкретный. Он говорит общеизвестные истины, его предложения сводятся к расплывчатым лозунгам (*необходимо улучшить работу..., нужно повысить сознательность..., разработать программу... и т. п.*).

В такой речи может быть много критики, но она не направлена на конкретное явление или событие, а носит обобщенный характер. Демагог всегда готов к речи, независимо от аудитории и предмета, поскольку им движет желание самовыражения.

Популист ориентируется на аудиторию. Его задача – завоевать симпатии слушателей любой ценой, поэтому он говорит то, что хочет услышать от него именно эта аудитория в этот момент. В то время как конструктивный оратор борется за привлечение сторонников к тому или иному мнению, старается усилить аргументацию, популист нацелен на привлечение сторонников к определенной личности (чаще всего к своей), какими бы ни были ее взгляды. Обычно для реализации этого замысла популист прибегает к озвучиванию наиболее заманчивых идей, за осуществление которых призывает бороться совместно с ним, или, напротив, конструирует очевидного и всеми осуждаемого врага, пугает им и призывает расправиться с ним. Центром внимания популизма являются лишь видимые, находящиеся на поверхности, проблемы. Это недостаток популизма, но одновременно и его видимое достоинство, ибо проблемы, лежащие на поверхности, во-первых, более доступны для понимания, а во-вторых, это, как правило, проблемы наиболее болезненные.

В любом случае, оратор должен быть человеком эрудированным, т.е. начитанным, осведомленным в области науки и техники, литературы и искусства, разбираться в политике и экономике, уметь анализировать события, происходящие в стране и за рубежом, и т.п. Он обязан хорошо знать предмет своей речи. Только в том случае, если оратор разбирается в теме выступления, если он сумеет рассказать слушателям много интересного и привести новые неизвестные аудитории факты, если ему удастся ответить на возникающие вопросы, он может рассчитывать на внимание и уважение слушателей.

Чтобы выступать публично, оратор должен обладать рядом специальных навыков и умений. По определению психологов, навык – это способность осуществлять ту или иную операцию наилучшим образом. К основным навыкам оратора относятся следующие:

- навык отбора литературы;
- навык изучения отобранной литературы;
- навык составления плана;
- навык написания текста речи;
- навык самообладания перед аудиторией;
- навык ориентации во времени.

Из приобретенных навыков складываются умения оратора. Он должен уметь:

- самостоятельно подготовить выступление;
- доходчиво и убедительно излагать материал;
- отвечать на вопросы слушателей;
- устанавливать и поддерживать контакт с аудиторией;
- применять технические средства, наглядные пособия и т.д.

Если какие-либо навыки и умения будут отсутствовать у выступающего, то его общение со слушателями может оказаться неэффективным. Например, оратор хорошо пишет текст речи, но не умеет просто и ясно излагать его в аудитории; оратор увлеченно рассказывает, но не научился укладываться в отведенное для выступления время и не успевает высказать основные положения речи и др.

Таким образом, стать хорошим оратором непросто. Мастерство выступающего зависит от его индивидуальных особенностей, складывается из многих знаний, навыков, умений. Чтобы приобрести их, нужно много работать над собой, изучать опыт известных ораторов прошлого и настоящего, учиться на лучших образцах ораторского искусства и стараться как можно чаще выступать.

2.2. Экстралингвистические факторы, влияющие на восприятие оратора

В данном параграфе мы рассмотрим зрительно и аудиально воспринимаемые элементы речи, которые по сути своей очень важны для восприятия образа оратора целиком. К ним относят внешность, мимику, позу, голосовые элементы, жесты оратора.

1. ГОЛОС. Человеческий голос обладает очень большой силой воздействия на слушателей. Это богатейший музыкальный инструмент, в работе которого принимает участие весь наш организм. Голос индивидуален и очень богат характеристиками, по его звучанию мы узнаем невидимого собеседника, состояние того, с кем говорим, его настроение, отношение к нам. Недаром существуют такие эпитеты к голосу, как теплый, холодный, сухой, металлический, бархатный, грустный и т.п. Нам дано от природы управлять своим голосом, изменяя его высоту, силу, тон, тембральную окрашенность. И все эти голосовые модуляции мы в жизни производим постоянно в зависимости от настроения, самочувствия и отношения к тому, с кем и о чем говорим. Почему же это умение вдруг исчезает у некоторых, как только они вышли на трибуну или поднесли к губам микрофон? Почему голос перестает слушаться, и человек начинает или монотонно бубнить

что-то себе под нос, или, наоборот, надрывно выкрикивать свой монолог с фальшивым пафосом?

Внутренний враг оратора – это естественное волнение и необычность самой ситуации: возвышение над аудиторией, отделение от нее. Нервное напряжение приводит к мышечной скованности, которая в момент волнения охватывает весь организм человека, в том числе дыхательный и голосовой аппарат. Именно от мышечной скованности идут такие дефекты звучащей речи, как «сдавленный тусклый» голос, внезапная охриплость, прерывистое дыхание и т.п. Для произнесения, прежде всего, следует занять удобную позу. И, конечно же, постепенно развивать и тренировать свой речевой аппарат.

Очень важно занять такое место в аудитории, чтобы ни одна часть слушателей не была поставлена в положение «зрителя сзади», чтобы каждый сидящий в зале ощущал заботу лектора о себе, чувствовал, что лекция произносится для него.

В устной звучащей речи используются разнообразные средства, которые ее обогащают, делают выразительной, эмоциональной, усиливают ее воздействие. Известный публицист, исследователь, прекрасный рассказчик, актер И. Л. Андроников в одной из своих статей писал, что «простое слово *здравствуйте* можно сказать ехидно, отрывисто, приветливо, сухо, мрачно, равнодушно, заискивающе, высокомерно. Это простое слово можно произнести на тысячу разных ладов».

Что же позволяет так разнообразить устную речь?

Интонация. Интонация отличает устную речь от письменной, делает ее богаче, выразительнее, придает ей неповторимый, индивидуальный характер. Она передает смысловые и эмоциональные различия высказываний, отражает состояние и настроение говорящих, их отношение к предмету беседы или друг к другу. Кроме того, интонация выполняет и синтаксическую функцию: указывает конец фразы, ее законченность или незаконченность, то, к какому типу относится предложение, содержит ли оно вопрос, восклицание или повествование.

Интонация – сложное явление. Она включает в себя четыре акустических компонента: *тон голоса, интенсивность*, или силу звучания, *темп речи и тембр* голоса.

Жизненная ситуация, психическое состояние человека, его воспитанность, уважительное отношение к окружающим определяют, в каком тоне он будет вести речь. Так, в некоторых ситуациях позволительно говорить громко: на митинге, параде. Если человек находится в общественном месте, то громкая речь

будет свидетельствовать о невоспитанности, чрезмерной нервозности, возбужденном состоянии или, наконец, о стремлении говорящего обратить на себя внимание.

Нормальный темп речи для русского языка (скорость произнесения речевых элементов) – около 120 слов в минуту. Темп речи 50–70 слов в минуту усыпляет аудиторию. Умение говорить быстро связано с умением говорить четко. Естественно, темп может изменяться. Это зависит от содержания высказывания, эмоционального настроя говорящего, жизненной ситуации. Вообще, чувства восторга, радости, гнева ускоряют темп речи, а подавленность, инертность, раздумье замедляют его. В медленном темпе читается судебный приговор, произносится присяга. Тембр является дополнительной артикуляционно-акустической окраской голоса, которая придает ей те или другие экспрессивно-эмоциональные свойства.

Важную роль в риторическом выступлении играет **паузирование**. Пауза – это временная остановка звучания, в течение которой речевые органы не артикулируют и которая разрывает поток речи. Пауза – это молчание. Но и молчание может быть выразительным и значимым.

Не принимая в расчет так называемые «пустые» паузы, когда человеку нечего сказать по данному вопросу (студент не выучил вопрос и не может на него ответить ввиду отсутствия знаний), необходимо выделить несколько категорий пауз, необходимых для точного воспроизведения своей речи.

Прежде всего, это **паузы хезитации**, то есть паузы *обдумывания, размышления*. Чаще всего паузы хезитации встречаются в речи людей, обсуждающих политические, социальные, научные проблемы, когда у выступающих еще не сформировалось окончательное мнение по обсуждаемой проблеме, они ищут решение вопроса, вслух обдумывают его. Паузы помогают говорящим оформлять свои мысли в предложения, находить лучшую, наиболее точную и ясную форму изложения. Паузы размышления возникают в любом месте высказывания и отражают колебания при выборе возможных речевых средств. Их могут заменять сочетания слов: *пожалуй, точнее сказать; вероятно; лучше сформулировать так; правильнее будет...* После этих оговорок дается новая формулировка мысли. Паузы хезитации уместны и необходимы.

Важную роль в устной речи играют **интонационно-синтаксические паузы**, которые отражают синтаксическую природу предложений. Они соответствуют знакам препинания в письменной речи и различаются длительностью. Самая короткая пауза – на месте запятой, а самой длинной паузы требует точка. Интонационно-синтаксической паузой отделяются в звучащей речи однородные

члены предложения, вставные конструкции, обращения; пауза заполняет то место в предложении, где подразумевается пропуск слова.

Дикторские паузы делаются, как правило, перед произнесением трудно выговариваемых слов, иностранных слов и наименований.

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

Паузы, отделяющие один речевой такт от другого, называются **интонационно-логическими**. Изменение места интонационно-логической паузы в одном и том же предложении может значительно изменить его смысл. Вот как изменится мораль басни И. А. Крылова, если сделать паузу там, где стоит «//»: *А ларчик // просто открывался*. При таком произнесении подчеркивается, что замок имеет нехитрое устройство. Отсюда мораль: человек иногда сам усложняет обстановку, ситуацию, отношения. Но если произнести: *А ларчик просто // открывался*, то это будет означать, что он вообще не был заперт. Мораль: нечего ломиться в открытую дверь.

И, наконец, паузы **физиологические**. Они появляются, когда не хватает воздуха в легких, особенно при одышке, или когда поражена центральная нервная система, и в результате забывается нужное слово, трудно выразить какую-нибудь мысль.

Разговаривая друг с другом, люди для передачи своих мыслей, настроений, желаний наряду с вербальными используют жестиколярно-мимические, т.е. невербальные средства. Ученые считают, что при общении невербальные средства преобладают, их используется 55 % или даже 65 %, а вербальных, соответственно, 45 % или 35 %. Они обнаружили и зафиксировали почти миллион невербальных сигналов. По подсчетам одного из специалистов, только с помощью рук человек может передать 700000 сигналов.

Язык мимики и жестов выражает чувства говорящего, показывает, насколько участники диалога владеют собой, как они в действительности относятся друг к другу.

2. **ВЫРАЖЕНИЕ ЛИЦА. Мимика** позволяет нам лучше понять оппонента, разобраться, какие чувства он испытывает. Так, поднятые брови, широко раскрытые глаза, опущенные вниз кончики губ, приоткрытый рот свидетельствуют об

удивлении; опущенные вниз брови, изогнутые на лбу морщины, прищуренные глаза, сомкнутые губы, сжатые зубы выражают гнев.

Для каждого участвующего в беседе, с одной стороны, важно уметь «расшифровывать», «понимать мимику» собеседника. С другой стороны, необходимо знать, в какой степени он сам владеет мимикой, насколько она выразительна.

В связи с этим рекомендуется изучить и свое лицо, знать, что происходит с бровями, губами, лбом. Если человек привык хмурить брови, морщить лоб, то ему надо отучиться собирать складки на лбу, расправлять почаще нахмуренные брови. Чтобы мимика была выразительной, рекомендуется систематически произносить перед зеркалом несколько разнообразных по эмоциональности (печальных; веселых, смешных, трагических, презрительных, доброжелательных) фраз, следить, как изменяется мимика и передает ли она соответствующую эмоцию.

3. ЖЕСТЫ. Знаменитый оратор древности Демосфен на вопрос, что нужно для хорошего оратора, ответил: «Жесты, жесты и жесты».

Жесты – невербальное средство общения. Они сопровождают звучащую речь, уточняют сказанное, придают выступлению выразительность, эмоциональность. Жесты могут заменять словесное высказывание: кивок головой означает согласие, повороты головы влево-вправо – несогласие, махание кистью руки – прощание.

По своему характеру и по тому, что они обозначают, какую функцию выполняют, жесты делятся на указательные, изобразительные, символические, эмоциональные, ритмические и механические.

Указательные жесты – самые простые из всех видов. Обычно они состоят в указании рукой или пальцем местоположения или направления.

Изобразительный (описательный) жест показывает размер, величину, форму того, о чем идет речь; изображает, как следует выполнять то или иное действие. Например: *У меня кончилась* (изображается, как чистят зубы). Значит, речь идет о зубной пасте. *Ты спрашиваешь, что такое винтовая лестница? Она вот такая* (делается вращательное движение правой рукой по вертикали). Конечно, можно сказать: «*Лестница, идущая спирально, винтообразно*». Но жест нагляднее, он как бы изображает предмет, показывает его.

Изобразительные жесты появляются в случаях: если не хватает слов, чтобы передать описание предмета, состояние человека; если одних слов недостаточно по каким-либо причинам (повышенная эмоциональность говорящего, невладение собой, неуверенность в том, что адресат все понимает); если необходимо усилить впечатление и воздействовать на слушателя дополнительно и наглядно.

Символические жесты условны. Это их отличительный признак. Если изобразительный жест связан с конкретными признаками, то жест-символ связан с абстракцией. Его содержание понятно только какому-то народу или определенному коллективу. Это приветствие, прощание, утверждение, отрицание, призыв к молчанию. Так, россияне при встрече пожимают друг другу руки, а если разделены расстоянием, то соединяют свои ладони и покачивают ими; мужчина может приподнять или снять шляпу и слегка наклонить голову. Однако необходимо помнить о том, что одни и те же жесты обозначают совсем не одно и то же понятие, а очень часто кардинально противоположное в другой культуре. Так, например, французы воспринимают указательный палец у виска так же, как и мы: «глупо!» Но есть во Франции еще и второе значение этого жеста – «ложь, говорит неправду». В Великобритании крутят пальцами у виска, если кто-то ленится думать сам, живет чужим умом. Зато в Голландии так хвалят умных граждан. Итальянцы дотрагиваются до висков, если хотят выразить свою благосклонность, а испанцы – если в чем-то сомневаются. Поэтому если оратор выступает в другой стране, например, на деловых встречах, переговорах, ему необходимо заранее осведомиться о значении разных жестов в другой стране.

Речь наша чаще всего бывает эмоциональной. Волнение, радость, восторг, ненависть, огорчение, досада, недоумение, растерянность, замешательство – все это проявляется не только в подборе слов, в интонации, но и в жестах. Жесты, передающие разнообразные чувства, называются **эмоциональными**. Некоторые из них закреплены в устойчивых сочетаниях: *ударить (хлопнуть) себя по лбу* (досада), *развести руками* (недоумение), *указать на дверь* (обида).

Ритмические жесты связаны с ритмикой речи. Они подчеркивают логическое ударение, замедление и ускорение речи-то, что обычно передает интонация. Например, произнося поговорку «*За твоим языком не поспеешь босиком*», многие производят частые вертикальные движения ребром ладони правой руки, напоминающие рубку капусты. Иного ритма требует поговорка «*У него слово слову костыль подает*». Она сопровождается плавным, несколько замедленным движением правой руки в правую сторону.

Среди жестов есть такие, которые производят неблагоприятное впечатление на слушателей. Так, некоторые имеют привычку время от времени потирать кончик носа, дергать себя за ухо, поправлять галстук, вертеть пуговицу. Эти жесты называются **механическими**. Они отвлекают слушателей от содержания речи, мешают ее восприятию, надоедают и даже вызывают раздражение.

Государственным служащим, преподавателям, юристам, врачам, менеджерам, продавцам, то есть всем, кто по роду своей деятельности часто общается с

людьми, важно знать, что мимика и жесты могут многое рассказать о характере человека, его мыслях, переживаниях. Например, лидер по натуре, здороваясь, подает руку ладонью вниз, а мягкий, безвольный человек – ладонью вверх. Сжатые руки за спиной свидетельствуют об уверенности и превосходстве. Такой жест характерен для высших военных чинов, работников милиции, директоров. Психологи рекомендуют в стрессовой ситуации, когда приходится ждать приема у зубного врача или вызова к начальнику, перед сдачей экзамена, сделать такой жест – и сразу придет уверенность в себе, пропадет страх, наступит некоторое облегчение. Руки на бедрах – жест готовности, агрессии. Такая поза может сопровождаться широкой постановкой ног, а пальцы рук при этом сжимаются в кулак. Когда человек нервничает, испытывает отрицательные эмоции, то он инстинктивно старается оградить себя от нежелательной ситуации: скрещивает руки на груди. Этот жест как бы создает заслон, ограждает его от неприятностей.

4. ПОЗА – это статическое (иногда динамическое) положение человеческого тела. Ее изменение или синхронизация с собеседником может указывать на изменение отношений между ними, например, об интересе к другому человеку (наклоняясь к собеседнику, или, наоборот, отвернувшись, или даже сидя спиной к говорящему).

Известно около 1000 различных устойчивых положений, которые способно принять человеческое тело. Культурные традиции каждого народа накладывают вето на одни позы и поощряют другие (например, поклоны у японцев или сидение с вытянутыми ногами у американцев). Большинство поз расшифровываются как оборонительные, закрытые для общения (руки, скрещенные на груди) или свидетельствующие о надменности и превосходстве (высоко вздернутая голова, взгляд сверху вниз).

Динамическое положение выступающего (хождение или небольшие передвижения по залу) чаще придают своеобразную ритмику речи выступающего и сопровождают часто процесс обдумывания, размышления над каким-нибудь вопросом или мыслью.

5. ТАКЕСИКА. Это самые разнообразные прикосновения людей – рукопожатия, поцелуи, поглаживания, похлопывания, объятия.

В повседневной жизни прикосновения также возможны в определенных случаях и по разным причинам (например, поцелуй при встрече долгожданного партнера), разными способами (рукопожатие или объятие) и в разных местах (у вагона поезда, в офисе, на выставке). Интенсивность и частота прикосновения различаются у людей разных этносов и культур, зависят от пола, возраста, ста-

туса, национальных особенностей и типа личности. Прикосновения дают разнообразную информацию: они сообщают об эмоциональном состоянии, о характере взаимодействия

6. ПРОКСЕМИКА – организация пространства и времени коммуникативного процесса. Американский антрополог Э. Т. Холл выделил четыре основные дистанции, влияющие на процесс общения:

- интимная – от 0 до 0,5 метра. На ней общаются люди, связанные, как правило, близкими доверительными отношениями. Информация передается тихим и спокойным голосом. Много передается с помощью жестов, взглядов, мимики.

- межличностная – от 0,5 до 1,2 метра. На ней осуществляется общение между друзьями.

- официально-деловая или социальная – от 1,2 до 3,7 метра. Используется для делового общения, причем, чем больше расстояние между партнерами, тем более официальны их отношения.

- публичная – более 3,7 метров. Характеризуется выступлением перед аудиторией. При таком общении человек должен следить за речью, за правильностью построения фраз.

В заключение хотелось бы дать несколько практических советов. Каждому из нас свойствен определенный внутренний ритм, который выражается в походке, жестах, движениях и индивидуальном речевом темпе. Этот внутренний темпо-ритм изменить невозможно, но его надо знать и учитывать в работе. Так, если темп речи убыстрен, т.е. человек говорит так называемой скороговоркой, то в этом беглом потоке речи звуки могут искажаться, проглатываться, что совершенно недопустимо в публичной речи. Поэтому надо особо тщательно следить за четкостью произнесения звуков. Есть недостатки, связанные с дурными привычками — растягивание гласных или, наоборот, произнесение их со стиснутым ртом, манера говорить, не разжимая губ. Такие привычки человек, выступающий с публичными лекциями, обязан изживать, тренируя свой артикуляционный аппарат до их полного преодоления.

2.3. Основные характеристики аудитории как социально- психологической общности людей

В современной научной литературе аудитория определяется как пространственно расположенная группа людей, объединенных интересом к предмету высказывания, а также взаимодействующих с оратором и друг с другом в процессе восприятия речевого сообщения. Это сложная социально-психологическая общность людей с очень своеобразными особенностями коллективных переживаний.

Хорошее знание аудитории, в которой предстоит выступать, умение учитывать ее состояние и настроение позволяют оратору лучше подготовиться к выступлению, установить контакт со слушателями, добиться успеха в общении.

Каковы же основные характеристики аудитории ораторской речи?

Прежде всего, это так называемые **объективные** характеристики, учитывающие степень **однородности / неоднородности** аудитории. Она определяется социально-демографическими признаками слушателей. К ним относятся: пол, возраст, национальность, образование, профессиональные интересы, партийная принадлежность, жизненный опыт и т.п. Понятно, чем однороднее аудитория, тем единодушнее реакция слушателей на выступление, тем легче выступать. И наоборот, разнородная аудитория обычно неодинаково реагирует на слова оратора, и ему приходится прилагать дополнительные усилия, чтобы управлять своими слушателями.

Другой важной характеристикой аудитории является **интеллектуальная** характеристика, отражающая степень подготовленности аудитории по отношению к рассматриваемой проблеме и предполагаемое ее отношение к предмету речи. 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. Как указывает Т. А. Воронцова «если речь посвящена проблемам детской психологии, то социально-ситуативная группа «родители» будет соответствовать характеристике «специалисты» [4, с. 26]. Еще одна оппозиция, предлагаемая как неотъемлимая характеристика аудитории, – «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.

Существенный признак аудитории – **количественный состав** слушателей. Оратору далеко не безразлично, сколько человек его будет слушать. Поведение людей и их реакции в большой и маленькой аудитории различны.

Очень важны размер аудитории и местоположение самого лектора по отношению к ней. Чем больше зал, чем больше людей он вмещает, тем труднее управлять этим «оркестром», тем больше мастерства должен проявить лектор, чтобы овладеть слушателями. Следует иметь в виду, что большая аудитория не предназначена для дискуссионного обсуждения вопросов, в ней трудно использовать аргументы, уместные и понятные для всех присутствующих. Некоторые ораторы боятся большой аудитории, они начинают сильно волноваться, их охва-

тывает так называемая «ораторская лихорадка», и они теряют дар речи. При публичном общении в больших аудиториях возможна лишь упрощенная форма обратной связи: недовольный гул, аплодисменты, свист и т.д.

Отличительной особенностью маленькой аудитории является то, что она не представляет собой единого монолита, чего-то целого. Специфика общения с ними – наличие обратной связи, здесь каждый остается личностью, имеет возможность проявить свою индивидуальность. В маленькой аудитории от оратора ждут не длинного монолога, а живого, непосредственного диалога, умения вовлечь в разговор всех присутствующих. Но в данном случае оратор должен хорошо знать вопрос, о котором идет речь, так как вряд ли удобно читать с «листа» перед небольшим количеством слушателей. И все-таки, на первых порах молодому лектору следует стремиться к более «тесной» аудитории, к более близкому контакту со слушателями.

Для аудитории характерно и **чувство общности**, которое проявляется в определенном эмоциональном настрое слушателей. Так, шум, возникший в одном конце зала, может легко распространиться по всему помещению. Если в конце зала прозвучала ироническая реплика, то на нее могут живо отреагировать остальные слушатели. Влияние слушателей друг на друга особенно ярко проявляется при одобрении или неодобрении речи выступающего. Почему это происходит? В данном случае слушатели испытывают действие различных психологических механизмов: одни слушатели бессознательно повторяют действия окружающих (*заражение*), другие осознанно воспроизводят образцы поведения рядом сидящих (*подражание*), на третьих оказывают влияние мнение и поведение большинства присутствующих (*конформизм*). В результате действия этих механизмов в аудитории создается общий настрой, который существенно влияет на установление контакта между оратором и слушателями. Поэтому оратору нужно учиться управлять настроением аудитории, уметь, если надо, изменить его.

Важная характеристика аудитории – **мотив действия** слушателей. Обычно люди приходят на лекции, собрания, заседания, митинги и т.п., руководствуясь определенными соображениями. Психологи выделили три группы мотивов, которые побуждают к посещению и слушанию выступлений. К первой группе они относят *мотивы интеллектуально-познавательного плана* (приходят, так как интересуют тема выступления, хотят расширить свои знания по данной проблеме, выяснить неясные вопросы и т.п.), ко второй – *мотивы морального плана* (обязаны присутствовать на мероприятии, не хотят из-за отсутствия иметь неприят-

ности, писать объяснительные и др.), к третьей – *мотивы эмоционально-эстетического плана* (нравится оратор, доставляет удовольствие слушать этого лектора и т.д.). Естественно, что с самого начала слушатели, находящиеся в зале, по-разному настроены на речь выступающего. Те, кто пришел потому, что их интересует тема выступления, т.е. которые руководствуются интеллектуально-познавательными мотивами, гораздо больше готовы к восприятию речи, чем слушатели, присутствующие по обязанности. Оратору необходимо уметь выявить основной мотив действия, объединяющий большинство слушателей, чтобы соответствующим образом строить выступление.

Следует также иметь в виду, что люди, собравшиеся до начала выступления, еще не образуют аудиторию. Аудитория возникает только тогда, когда появляется единый, значимый для всех присутствующих центр внимания – оратор и его сообщение.

2.4. Взаимодействие оратора и аудитории. Проблема контакта

Заветная мечта каждого оратора, самое высшее проявление мастерства публичного выступления, важнейшее условие эффективности ораторской речи – это контакт со слушателями.

По определению психологов, **контакт** – это общность психического состояния оратора и аудитории, взаимопонимание между выступающим и слушателями. Эта общность возникает прежде всего на основе совместной мыслительной деятельности, т.е. оратор и слушатели должны решать одни и те же проблемы, обсуждать одинаковые вопросы – оратор, излагая тему своего выступления, а слушатели, следя за развитием мысли. Если оратор говорит об одном, а слушатели думают о другом, контакта нет. Совместную мыслительную деятельность оратора и аудитории ученые называют *интеллектуальным сопереживанием*.

Для возникновения контакта важно также и *эмоциональное сопереживание*, т.е. оратор и слушатели во время выступления должны испытывать сходные чувства. Отношение говорящего к предмету речи, его заинтересованность, убежденность передаются и слушателям, вызывают у них ответную реакцию.

Таким образом, контакт между оратором и аудиторией возникает в том случае, когда обе стороны заняты одной и той же мыслительной деятельностью и испытывают сходные переживания.

Внешне контакт проявляется прежде всего в поведении аудитории. Некоторые считают, что главный признак контакта – это *тишина в зале*. Однако это не всегда так. Тишина бывает разной. Одних ораторов слушают, затаив дыхание, боясь пропустить хоть одно слово. Эта тишина регулируется самим оратором.

Шутки выступающего, его юмористические замечания вызывают движение в зале, улыбки, смех слушателей, но все прекращается сразу же, как только оратор вновь начнет излагать свои мысли. Во время выступления других ораторов тоже сидят молча, но не потому, что ловят каждое его слово, а потому, что не хотят мешать выступающему и занимаются другими делами. Поэтому сама по себе тишина еще не говорит о контакте оратора с аудиторией.

Главные показатели взаимопонимания между говорящим и слушающими – положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, согласные кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), «рабочая» тишина в зале.

О наличии или отсутствии контакта свидетельствует и поведение оратора. Если оратор говорит уверенно, ведет себя естественно, часто обращается к слушателям, держит весь зал в поле зрения, значит, он нашел нужный подход к аудитории. Оратор, не умеющий установить контакт с аудиторией, как правило, говорит сбивчиво, невыразительно, не видит своих слушателей, никак не реагирует на их поведение.

Какие факторы влияют на установление контакта?

На первое место можно поставить *актуальность обсуждаемого вопроса*, новизну в освещении данной проблемы, интересное содержание выступления. Именно они в значительной степени определяют успех ораторской речи.

Большое влияние на установление контакта с аудиторией оказывает *личность оратора*, его репутация, сложившееся общественное мнение о нем. Если оратор известен как человек эрудированный, принципиальный, то аудитория будет испытывать доверие к такому оратору.

Чтобы установить контакт со слушателями, важно учитывать особенности аудитории, в которой предстоит выступать, знать ее количественный и качественный состав, мотив действий слушателей, их настроение, установки, интересы и т.п.

Особенностью психологии аудитории является то, что слушатели – это одновременно и зрители. Оратор только появляется на трибуне, а слушатели уже оценивают его, обмениваются друг с другом критическими замечаниями. Зрительное внимание слушателей привлекают внешний вид оратора, его поведение во время речи, мимика, жесты, поза, движения. Слушателям далеко не безразлично, куда смотрит оратор, как он преподносит материал – излагает его свободно или читает текст заготовленной речи. Все эти факторы влияют на установление контакта.

2.5. Приемы управления аудиторией

Как мы говорили выше, аудитория ораторской речи представляет собой сложную социально-психологическую общность людей, характеризующуюся рядом признаков (степень однородности, количественный состав, основной мотив действия, чувство общности и др.). Кроме того, каждый член аудитории – это личность со своими особенностями характера, темперамента, состояния нервной системы. Перед оратором стоит очень трудная задача – заинтересовать слушателей, настроить их на восприятие речи, установить с ними контакт, удержать внимание аудитории до конца выступления.

Следует иметь в виду, что только интересные, содержательные речи слушаются с большим вниманием. Однако как бы ни интересна была речь, внимание со временем притупляется, и человек перестает слушать. В зале начинается шум, движения, разговоры и т.д. Поэтому выступающему необходимо знать **приемы управления аудиторией** и умело пользоваться ими в процессе речи. Эти приемы описаны теоретиками ораторского искусства, учеными-методистами, опытными практиками красноречия.

Например, известный судебный деятель XIX в. П. С. Пороховщиков (П. Сергеич) в своей книге «Искусство речи на суде» [22] такими приемами считает *прямое требование внимания* от слушателей, обращение к слушателям с *неожиданным вопросом*.

Одним из интересных ораторских приемов является так называемая *тайна занимательности*. Для того чтобы заинтриговать слушателей, предмет речи сразу не обозначается. Вот что пишет об этом приеме П. Сергеич: «...Внимание слушателей получает толчок, когда оратор неожиданно для них прерывает начатую мысль, – и новый толчок, когда, поговорив о другом, возвращается к недоговоренному ранее» [22].

К специальным ораторским приемам привлечения внимания аудитории относят *вопросно-ответный ход*. Оратор вслух раздумывает над поставленной проблемой. Он ставит перед аудиторией вопросы и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам. Это очень удачный прием, так как он обостряет внимание слушателей, заставляет вникнуть в суть рассматриваемой темы.

Нередко в серьезную по содержанию речь вводят шутки, каламбуры, анекдоты и т.п. *Юмор* является очень действенным средством разрядки, оживления внимания аудитории. Один из чеховских героев рассказа «Скучная история» вспоминает: «Читаешь четверть, полчаса, и вот замечаешь, что студенты начинают поглядывать на потолок, на Петра Игнатьевича, один полезет за платком,

другой сядет поудобнее, третий улыбнется своим мыслям... Это значит внимание утомлено. Нужно принять меры. Пользуясь первым удобным случаем, я говорю какой-нибудь каламбур. Все полтора лица широко улыбаются, глаза весело блестят, слышится недолго гул моря... я тоже смеюсь. Внимание оживилось. Я могу продолжать».

Чтобы достичь взаимопонимания со слушателями, в публичном выступлении используются также следующие приемы:

- *комплимент аудитории* как своеобразный приветственный реверанс («*Мои коллеги говорят, что с вами легко и интересно работать!*»);

- *прием сопереживания* (оратор выражает свое сочувствие слушателям по поводу каких-либо событий, переживает вместе с ними определенное душевное состояние);

- *прием соучастия* (оратор ссылается на совместное участие со слушателями в каких-то мероприятиях, вспоминает о тех или иных эпизодах);

- *апелляция к речи предыдущего оратора* (выступающий соглашается или не соглашается с мнением предыдущего оратора по обсуждаемому вопросу, цитирует его, обыгрывает его слова и выражения и т.п.);

- *апелляция к событиям* (оратор обращается к известным или неизвестным событиям, имеющим определенную значимость для аудитории, помогающим осмыслить суть рассматриваемой проблемы);

- *апелляция к погодным условиям* (оратор, говоря о каких-то событиях, ссылается на дождливый или солнечный день, ветреную или тихую погоду и т.п., усиливая эффект своей речи. К примеру, «*Даже природа радуется / скорбит вместе с нами...*»);

- *ссылка на авторитеты или известные источники* (оратор, чтобы подкрепить свою позицию, сделать ее более убедительной, приводит слова крупных ученых, видных государственных, политических и общественных деятелей, ссылается на известные научные труды, популярные газеты и журналы, мнения авторитетных деятелей литературы и искусства и др.);

- *апелляция к интересам аудитории* (оратор, рассматривая тот или иной вопрос, подчеркивает актуальность, значимость данной проблемы для слушателей, говорит о практической направленности принимаемых решений, о важности приобретения соответствующих знаний, навыков и умений и т.п.);

- *апелляция к личности оратора* (оратор при обсуждении каких-либо вопросов обращается к своему собственному опыту, приводит случаи из своей жизни, говорит о своем восприятии тех или иных событий).

Оживляют выступление и *примеры из художественной литературы, по- словицы и поговорки, крылатые слова и фразеологические выражения.*

Переключению и удержанию внимания аудитории помогает *обращение к ней.* В русском языке нет универсального обращения, поэтому обращение к множественному адресату выбрать трудно. Важно продумать слова обращения. В зависимости от ситуации общения, характера аудитории, ее состава, количества слушателей используются самые разнообразные обращения: «Уважаемые коллеги!», «Уважаемое собрание!», «Дорогие (юные) друзья!», «Дамы и господа!», «Уважаемые (глубокоуважаемые) дамы и господа!», «Товарищи!» и т.п. Целесообразно время от времени повторять эти обращения, использовать их разные формулировки. Удачно найденные слова обращения позволяют оратору расположить к себе аудиторию. Если сложно подобрать подходящее обращение, достаточно просто поздороваться.

Важную роль в управлении аудиторией играют *голосовые приемы*, т.е. повышение или понижение тона голоса, изменение его громкости, темп речи и др. Например, если высота звука на всем протяжении речи неизменна, то речь становится монотонной и «усыпляет» слушателей. Очень быстрая речь требует усиленного внимания, что вызывает утомление и желание передохнуть, перестать слушать выступающего. Замедленная речь тоже расхолаживает слушателей, ослабляет их внимание. Действенным средством управления аудиторией может быть и *пауза*, которая придает значимость сказанному или тому, что будет сказано.

Таким образом, будучи хорошо подготовленным к речи, имея в своем арсенале прочный запас различных ораторских и риторических методик и техник, выступающий легко и уверенно осилит стоящую перед ним задачу в убеждении своей аудитории по тому или иному вопросу.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Задание 1. Поупражняйтесь в упражнениях на тренировку дикционных навыков.

Энергично произнесите:

П-Б, П-Б, П-Б, П-Б – для укрепления мышц губ;

Т-Д, Т-Д, Т-Д, Т-Д – для укрепления мышц языка;

К-Г, К-Г, К-Г, К-Г – для укрепления мышц глотки.

Задание 2. Вдохните, и на выдохе нужно произнести резко, как выстрел, стараясь, чтобы гласная звучала коротко, а согласная длинно, следующие звуки:

РЛУ РЛО РЛА РЛЭ РЛИ РЛЫ

ЛРУ ЛРО ЛРА ЛРЭ ЛРИ ЛРЫ

РЛУ-ЛРУ РЛО-ЛРО РЛА-ЛРА РЛЭ-ЛРЭ

РЛИ-ЛРИ РЛЭ-ЛРЫ

КПУ КПО КПА КПЭ КПИ КПЫ

ПКТУ-ТПКУ ПКТО-ТПКО ПКТА-ТПКА

ПКТЭ-ТПКЭ ПКТИ-ТПКИ ПКТЫ-ТПКЫ

ДБГУ-БГДУ ДБГО-БГДО ДБГА-БГДА

ДБГЭ-БГДЭ ДБГИ-БГДИ ДБГЫ-БГДЫ

Задание 3. Тщательно артикулируя каждую букву, прочитайте медленно по складам :

О-т т-о-п-о-т-а к-о-п-ы-т п-ы-л-ь п-о п-о-л-ю л-е-т-и-т.

Прочитайте медленно несколько раз, пока не почувствуете, что можете медленно прочитать скороговорку без запинки. Затем прочитайте скороговорку с такой скоростью, с какой вы обычно говорите. Убедитесь, что вы можете произнести текст уверенно. Увеличьте скорость. А теперь еще больше. А теперь произнесите скороговорку на пределе своих возможностей. Получается?

По этой же методике поупражняйтесь с другими скороговорками, например:

Курьера курьер обгоняет в карьер.

Мамаша Ромаше дала сыворотку из-под простокваши.

Водовоз вез воду из-под водопровода.

Разнервничавшийся конституционалист был обнаружен ассимилировавшимся в Константинополе.

Расчувствовавшаяся Варвара расчувствовала нерасчувствовавшегося Вавилу.

Бык тупогуб, тупогубенький бычок, у быка бела губа была тупа.

Дробью по перепелам, да по тетеревам.

Чешуя у щучки, щетинка у чушки.

Протокол под протокол протоколом запротоколировали.

Курфюрст скомпрометировал Ландскнехта.

К Габсбургам из Страсбурга.

Гонец с галер сгорел.

Задание 4. Произнесите слова максимально отчетливо:

Взяточничество, усовершенствование, катастрофический, корреспонденция, обуславливаемый, сложновыговариваемый, фельдмаршал, Цюрих, неистовствовать, спутникового, взгромоздившееся, усовершенствование, переосвидетельствовать, воспользовавшемся, участвовавшими, усовершенствованиями, компрометирующими, демунципализировать.

Задание 5. Выступите с речью по выбранной вами тематике. Аудитории предлагается оценить вас по следующим критериям:

1. На какие знания опирается оратор, вырабатывая свою позицию? Какова эта позиция?

2. Проявилось ли в выступлении оратора знание противоположной позиции или позиций по рассматриваемой теме и отношение к этой позиции?

3. Какая цель стояла перед оратором? Был ли сформулирован тезис речи?

4. Знает ли автор, какие настроения царят в данной аудитории по отношению к предмету речи? Как отразились эти настроения на его речи?

5. Удачна ли структура речи? Не было ли повторов? Не пропущены ли существенные составляющие тезиса?

6. Какие аргументы приводил оратор в доказательство своего тезиса? Достаточно ли логично и убедительно было построено это доказательство? Тактично ли вел себя оратор по отношению к аудитории? Учитывал ли ее психологию?

7. Какие иллюстрации использовал автор? Достаточно ли их было или слишком много? Были ли среди них неудачные или не работающие на целевую установку речи?

8. Удачна ли композиция речи? Как можно оценить вступление и заключение речи, соответствие их настроению аудитории?

9. Как можно оценить образ оратора? Взаимодействовал ли он с аудиторией во время произнесения речи? Можно ли оценить это выступление как диалог?

10. Говорил ли оратор убедительно, ярко, точно, выразительно, в соответствии с литературными нормами?

11. Владел ли оратор голосом, соблюдал ли паузы, делал ли логические ударения? Каковы были тон, темп речи, жесты, мимика, поза оратора?

12. Какие пожелания можно высказать оратору, с тем, чтобы он совершенствовал свое риторическое мастерство?

Глава 2

РЕЧЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

§ 1. Тактики и стратегии речевого взаимодействия

1.1. Принципы речевого взаимодействия

Коммуникация как обмен сведениями или информацией – это сложный многосторонний процесс, требующий учета всех составляющих ее параметров, коммуникативных актов, необходимых для достижения ее участниками определенных целей.

Основным видом устной коммуникативной деятельности является непосредственное общение коммуникантов, выражающееся в процессе «говорение – слушание» и реализующееся через речь или речевую деятельность.

Речь, высказывание – продукт речевой деятельности. По речи можно определить психологическое состояние говорящего (речь взволнованная, искренняя, льстивая, грубая, ласковая), ее целевое назначение (речь убеждающая, информационная, агитационная), ее коммуникативную значимость (речь содержательная, бессмысленная, пустая, глубокая, осмысленная), отношение говорящего к собеседнику (речь презрительная, ироническая, хвалебная, угрожающая).

Речевая деятельность чаще всего преследует какую-то цель, поэтому важен результат. О нем судят по обратной связи, по тому, как воспринимают сказанное, как на него реагируют. Чтобы понять значение обратной связи, следует помнить, что в речевой деятельности принимают участие субъект (S) и адресат (A), первый порождает речь, а второй ее воспринимает, поэтому следует рассматривать речевое действие не только в генеративном плане, с точки зрения его порождения, воспроизведения (об этом было сказано в главе 1, § 1-3), но и в перцептивном, с точки зрения его восприятия.

Процесс речевого взаимодействия состоит из следующих этапов:

На первом этапе у адресата речевой деятельности, этапе прогнозирования, рождается *внутренний план* высказывания (возможные реплики, ответы, вопросы, уточнения, возражения).

На втором этапе адресат воспринимает речь. Восприятие речи состоит из декодирования сказанного субъектом, понимания содержания и оценки полученной информации.

Третий этап – *реагирование*. Оно может быть выражено вербально. Адресат подхватывает разговор и высказывает свое понимание. В таком случае адресат становится субъектом (субъект и адресат меняются ролями). Оно может быть передано мимикой, жестом (выражение на лице удивления, заинтересованности, предельного внимания; кивок головы в знак согласия, при несогласии качание головой влево, вправо; пожимание плечами как выражение сомнения и др.). Оно может быть выражено поведением адресата/адресатов (аплодисменты как одобрение, благодарность, топание ногами, свист как неодобрение, демонстративный уход из зала и др.). Реакция на речь служит ее оценкой. Обратная связь – очень важный компонент любого вида общения.

1.2. Стратегии речевого общения

Для гармонизации общения важно, чтобы собеседники отдавали себе отчет в каждом из своих речевых поступков. Если речевые действия собеседников сознательны и преднамеренны, то они могут быть рассмотрены с позиций коммуникативного кодекса. «Коммуникативный кодекс представляет собой сложную систему принципов, регулирующих речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникативного акта и базирующихся на ряде категорий и критериев» [12].

Базовыми категориями, формирующими этот кодекс, являются коммуникативная цель и коммуникативное намерение. Цель определяется речевой стратегией, намерения – тактикой. **Стратегия речевого общения** – это процесс построения коммуникации, направленной на достижение долговременных результатов. Стратегия подразумевает планирование речевого взаимодействия в зависимости от конкретных условий общения и личностных качеств участников коммуникативного акта. Стратегия субъективна в том смысле, что ее выбор зависит от личности говорящего, его понимания ситуации, его личных планов и намерений. Стратегия бывает общей для группы тактик, речевых формул или реакций. В рамках одной стратегии можно выбрать несколько тактик.

Тактика речевого общения – это совокупность приемов ведения беседы или линия поведения на определенном этапе коммуникации. Тактика предполагает использование определенных приемов привлечения внимания, воздействия на партнеров [32].

В риторике и коммуникативистике существует несколько классификаций стратегий речевого поведения. Традиционно они делятся на две группы: *стратегии речевого информирования* (т.е. стратегии речевого поведения, направленные на обмен информацией между автором и его получателем) и *стратегии речевого воздействия* (т.е. стратегии речевого поведения, направленные на воздействие автора на получателя). Поскольку само речевое воздействие может быть прямым, косвенным и скрытым, то и стратегии речевого воздействия можно разделить на *стратегии прямого речевого воздействия, косвенного речевого воздействия и скрытого речевого воздействия*.

Каждый из видов стратегий речевого воздействия (стратегии прямого речевого воздействия, косвенного речевого воздействия и скрытого речевого воздействия) представлен отдельными типами стратегий. Так, например, среди стратегий скрытого речевого воздействия выделяют два типа: *эмотивно-ориентированные стратегии* (стратегии, связанные с отправителем текста); *конативно – ориентированные стратегии* (стратегии, связанные с получателем) [18, с. 44].

К первым относятся: стратегия «участия / неучастия коммуникантов в речевом событии», стратегия «уверенного / неуверенного поведения автора в речевом событии», стратегия «вероятностного оценивания автором речевого события как реального / нереального» [18, с. 44]; стратегия «социального престижа», направленная на закрепление в речи высокого статуса коммуниканта [28, с. 188]; стратегии «речевого поведения представителей различных профессиональных групп» [16, с. 9]; стратегия «согласия / несогласия» [29, с. 157], стратегия «эмоционального / неэмоционального речевого поведения отправителя текста» [3, с. 125].

Конативно-ориентированные стратегии – стратегия «формирования у получателя отношения к речевому событию путем оценивания», стратегия «удовлетворения / неудовлетворения автором ожиданий получателя текста», стратегия «акцентирования / неакцентирования автором элементов высказывания» [18, с. 45], стратегия «формирования автором отношения получателя текста к речевому событию путём его одобрения / неодобрения» [14, с. 59]. Речевые стратегии намечают общее развитие диалога, которое полностью выявляется только в заключительных репликах, потому что, напоминая, правил «управления» разговором нет, и любой параметр прагматических характеристик речевого общения может оказать существенное влияние на результат диалога. Кроме того, выбранные рамки стилистики общения диктуют «сюжетные повороты» разговора и способы выражения.

Например, в деловом общении при ответе управляющего строительством на вопрос «Почему перенесены сроки сдачи в эксплуатацию нового жилого дома?» возможны следующие стратегии: развернутое согласие (признание факта и объяснение его объективными причинами); частичное согласие (признание факта, сопровождаемое объяснением, что последствия не так страшны, могут быть смягчены и т.д.); уход от ответа (перевод разговора на другую тему).

Стратегия «развернутое согласие» может быть реализована по крайней мере в следующих тактиках: «мы вынуждены перенести сроки сдачи» – ссылка на то, что появилась объективная необходимость отодвинуть сроки на более поздний период; «да, потому что вскрылись недоработки» – объяснение переноса срока обнаруженными недостатками в выполнении работ с возможностью их устранения; «у всех сейчас проблемы в строительстве» – указание на то, что есть внешние причины, тормозящие строительство в стране; «мы можем это компенсировать» – указание на то, что фирма попытается компенсировать такой простой (оказание скидки, рассрочка при оплате) и т.д. Образцы речевых формул в рамках данной тактики: «да, у нас действительно в последнее время есть проблемы с персоналом, (подрядчиками, поставщиками)»; «приемка показала, что вскрыты существенные недоработки в строительстве (отделке)»; «вы знаете, бензин подорожал, транспортные услуги выросли, а мы весь стройматериал возим из Москвы (из-за рубежа)»; «мы почти год не повышали цены, но сейчас вынуждены это сделать, иначе мы будем работать себе в убыток»; «да, не сдадим вовремя, но мы постараемся это компенсировать – у нас большие скидки, есть рассрочка».

В споре различают две основные стратегии – **конструктивную и конфликтную (деструктивную)**.

Конструктивная стратегия – стратегия, подразумевающая, что участники спора стремятся найти истину, понять позиции, тезисы и оценить доказательства оппонента. Спорящие стараются действовать корректно, рассуждать объективно, будучи заинтересованными прежде всего не в своей победе, а в истине и в обсуждаемом предмете.

При **конфликтной (деструктивной)** стратегии, основная цель спорящих – победа над оппонентом любой ценой. При этом используются все возможные средства – корректные и некорректные, логические и психологические аргументы, любые уловки, которые мы подробнее рассмотрим в Главе 2, § 2.

Если обратиться к любой аудитории с вопросом о том, какой должна быть речь, мы получим ответ, что говорить следует правильно, точно, выразительно, лаконично, ярко, эмоционально и т.д.

Выработанные веками представления о качествах речи должны быть дополнены критериями определенного коммуникативного поведения, которые определяют права и обязанности создателя речи и ее адресата.

Американским философом Г. П. Грайсом был разработан принцип *сотрудничества*, или *кооперации*. Сформулированные ученым максимы (правила) – это коммуникативные обязательства говорящего по отношению к адресату. Г. П. Грайс считал, что успешное сотрудничество говорящего и слушающего обеспечивается соблюдением постулатов. Эти постулаты он делит на четыре категории – Количества, Качества, Отношения и Способа.

Категорию *Количества* он связывает с тем количеством информации, которое требуется передать. К этой категории относятся следующие постулаты: 1. *Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется* (для выполнения текущих целей диалога). 2. *Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется*. К категории *Качества* Г. П. Грайс относит общий постулат «*Старайся, чтобы высказывание было истинным*», а также два более конкретных: 1. *Не говори того, что ты считаешь ложным*. 2. *Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований*. С категорией *Отношения*, по мнению ученого, связан один-единственный постулат релевантности – *Не отклоняйся от темы*. А категория *Способа* касается не того, что говорится, а того, как говорится. К ней относится общий постулат – *Выражайся ясно* и несколько частных:

1. Избегай непонятных выражений.
2. Избегай неоднозначности.
3. Будь краток (избегай ненужного многословия).
4. Будь организован.

«Я сформулировал постулаты таким образом, – пишет Г. П. Грайс, – будто целью речевого общения является максимально эффективная передача информации; естественно, это определение слишком узко, и все построение должно быть обобщено в применении к таким общим целям, как воздействие на других людей, управление их поведением и т.п.»

Дж. Н. Лич описал еще один ведущий принцип коммуникации – *принцип вежливости*, представляющий собой совокупность ряда максим.

1. *Максима такта*. Это максима границ личной сферы. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию между участниками. Следует соблюдать правило: «Делать коммуникативную цель бесед-

ника предметом обсуждения допустимо лишь в том случае, если цель эта им эксплицитно (открыто) обозначена». Не следует затрагивать тем, потенциально опасных (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и т.д.).

2. *Максима великодушия.* Это максима необременения собеседника, она предохраняет его от доминирования в ходе коммуникативного акта. Например, предположение должно быть сформулировано таким образом, чтобы его можно было отложить, не следует связывать партнера обещанием или клятвой. Хороший коммуникативный акт не должен быть дискомфортным для участников общения.

3. *Максима одобрения.* Это максима позитивности в оценке других («Не судите, да не судимы будете», «Не осуждай других»). Атмосфера, в которой происходит речевое взаимодействие, определяется не только позициями собеседников по отношению друг к другу, но и позицией каждого по отношению к миру и тем, совпадают ли эти позиции. Если оценка мира (позитивная или негативная) не совпадает с оценкой собеседника, то это сильно затрудняет реализацию собственной коммуникативной стратегии.

4. *Максима скромности.* Эта максима неприятия похвал в собственный адрес. Одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка. Сильно завышенные или сильно заниженные самооценки могут отрицательно повлиять на установление контакта.

5. *Максима согласия.* Это максима неоппозиционности. Она предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи, а именно – сохранения предмета взаимодействия, «снятие конфликта» путем взаимной коррекции коммуникативных тактик собеседников.

6. *Максима симпатии.* Это максима благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Неблагожелательность делает речевой акт невозможным. Определенную проблему представляет так называемый *безучастный контакт*, когда собеседники, не будучи врагами, не демонстрируют доброжелательности по отношению друг к другу. Максима доброжелательности дает основание рассчитывать на положительное развитие речевой ситуации с намечающимся конфликтом.

Принцип кооперации Г. П. Грайса и принцип вежливости Дж. Лича составляют основу так называемого *коммуникативного кодекса*, представляющего собой «сложную систему принципов, регулирующих речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникативного акта и базирующихся на ряде категорий и критериев».

1.3. Тактики речевого общения

Стратегия общения реализуется в **речевых тактиках**, под которыми понимаются речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации. В зависимости от ситуации общения различают различные речевые тактики: в ситуации бытового общения могут действовать одни речевые тактики, в деловой сфере – другие, в ситуации спора – третьи. Вместе с тем эти тактики могут взаимодействовать, использоваться в совокупности, выполняя функцию способов осуществления стратегии речи: они формируют части диалога, группируя и чередуя модальные оттенки разговора (оценки, мнения, досаду, радость и т. п.). Так, например, в стратегии отказа в выполнении просьбы может быть тактика:

- выдать себя за некомпетентного человека (не способного к выполнению этой просьбы);
- сослаться на невозможность выполнения просьбы в данное время (на занятость);
- иронии;
- отказа без мотивировки;
- уклониться от ответа, не обещать ничего определенного;
- дать ясно понять, что не желает выполнять просьбу.

Тактика как один из способов реализации коммуникативной стратегии зависит от определенных коммуникативных условий – типа собеседника и условий общения. Тактика должна обязательно иметь разные способы языковой реализации. Она формулируется в виде обобщенной формулы, которая допускает различные варианты в виде конкретных речевых реализаций (речевых формул). В выборе тактик проявляется коммуникативное и речевое мастерство говорящего.

Речевая формула – коммуникативное средство, речевой вариант реализации тактики, одно из конкретных речевых оформлений той или иной тактики в речевом высказывании. В выборе речевых формул также проявляется индивидуальное речевое творчество и коммуникативное мастерство говорящего. Выбирая стратегию, говорящий ставит свою личную общую коммуникативную цель – чего он хочет достичь в общении с собеседником; выбирая тактику – учитывает типологические особенности коммуникативной ситуации и типологические особенности собеседника (пол, возраст, образование, служебное положение, социальный статус); выбирая речевую реализацию тактики (речевую формулу) – учитывает индивидуальные особенности конкретного собеседника.

В риторике и теории коммуникации существует множество классификаций и способов описаний тактик ведения разговора, дискуссий, споров. В споре

А. М. Михальская [20] выделяет две тактики: **тактику пропонента и тактику оппонента**.

Пропонент – участник спора, выдвигающий и доказывающий тезис. Оппонент – тот, кто опровергает выдвинутый другим тезис.

Тактика пропонента состоит в «нападении»; эта тактика реализуется через:

1) непосредственное обращение к адресату со своим тезисом, который подтверждается прямыми доказательствами с опорой на факты, цифры и т. д. Возможные возражения предупреждаются, пока они еще не высказаны;

2) использование приема «опроса-допроса»: вопросы к противнику следуют один за другим, так что он вынужден принять модель поведения, навязываемую ему говорящим, и, отвечая на вопросы, обнаружить свою позицию раньше и ярче, более открыто, чем ему бы хотелось. При таком «допросе», если вопросы следуют в быстром темпе, вполне вероятны ошибки, противоречия, неуверенность, что и используется «нападающим».

3) употребление «вопросов-капканов», которые требуют ответа типа «да/нет», например: *Вы, конечно, признаете, что...?* Тогда противника «подлавливают» на ошибке и демонстрируют слабость его позиции. Против этого приема рекомендуется применять прием «игнорирования»: вопрос противника вы оставляете без ответа, «ломаю модель», и задаете свой собственный, переходя в «наступление».

Тактика оппонента – это защита с переходом в наступление. Используются следующие приемы:

а) метод – «да, но...»: вы как бы соглашаетесь с высказыванием противника, а затем переходите к опровержению. К этому близок прием «видимой поддержки»: вы «поддакиваете» противнику, а затем говорите: *Конечно, все это верно, только вы забыли сказать то-то и то-то, но это все равно не поможет, потому что...*, а далее переходите в «нападение»;

б) «метод кусков»: аргументация противника оценивается по частям: *Это справедливо, это точно, это банально, это неполно, это сомнительно, а вот это уж, простите, неверно*. Именно на этом последнем аргументе и сосредоточивают внимание, строят опровержение;

в) «метод суммирования» тоже хорош для перехода в «наступление». Вы подытоживаете позицию оппонента так, как она вам видится, и начинаете опровержение: *Значит, вы утверждаете то-то и то-то, потому-то и потому-то. Можно было бы с вами согласиться, если бы не...* и далее немедленно переходите к «нападению».

Помимо этих тактик в споре могут использоваться и другие *корректные и некорректные тактические приемы*.

Корректные тактические приемы:

- создание трудностей оппоненту;
- отвлечение внимания противника от той мысли, которую хотят оставить без критики;
- применение доводов противника для опровержения его же тезиса;
- концентрация аргументов – накопление в поле аргументации таких доводов, которые независимо от других поддерживают собственный тезис и опровергают тезис противника;
- деконцентрация аргументов оппонента по формуле «Разделяй и властвуй»;
- переключивание тягот доказательства на плечи оппонента;
- представление наиболее сильного аргумента в конце полемики – реализация принципа «чаще побеждает тот, кто говорит последний», несомненно, надо иметь в запасе сильный довод по существу;
- выдвижение обоюдоострого аргумента;
- отказ от доказывания очевидного;
- подготовка сильного аргумента;
- оттягивание возражения;
- занятие гибкой позиции с тем, чтобы иметь возможность маневрировать в меняющихся условиях;
- усиление давления (атака на слабое звено в аргументации противника, не упуская инициативы);
- взять слово в конце спора, чтобы лишить возможности противника ответить на аргумент.

Некорректные тактические приемы:

- уклонение от темы;
- искажение предмета обсуждения;
- лишение оппонента возможности говорить;
- демонстрация силы;
- апелляция к тайным мыслям оппонента;
- выражение своих мыслей в форме, затрудняющей понимание;
- намеренно быстрая речь.

Что касается сферы институционального дискурса, то специалисты выделяют в ней целый ряд специфических речевых тактик. Например, О. Я. Гойхман и Т. М. Надеина [5] выделяют следующие:

«Неожиданность» – использование в речи неожиданной или неизвестной слушателям информации.

«Провокация» – на короткое время вызывается реакция несогласия с излагаемой информацией, чтобы использовать этот период для подготовки слушателей к конструктивным выводам, для уточнения и более четкого определения собственной позиции.

«Апелляция к авторитету» – для подтверждения правильности излагаемой информации дается ссылка на авторитет слушателей, авторитет науки, авторитет известных ученых, социологов, политологов, деятелей культуры.

«Прогнозирование» – основываясь на реальных фактах, давать прогнозы развития ожидаемых событий, чтобы подчеркнуть необходимые ценностные ориентации, определяющие интересы, требования, пожелания.

«Внесение элемента неформальности» – учитывая предмет речи, рассказать аудитории, деловому партнеру о собственных заблуждениях, предрассудках, ошибках и их последствиях, чтобы показать, каким образом удалось избежать одностороннего подхода к той или иной проблеме и найти ее новое решение. Это позволит преодолеть сдержанность и предвзятость и изменить мнение в свою пользу.

«Прямое включение» – отказаться от растянутого вступления, особенно если партнеры знакомы с предметом речи и имеют необходимый предварительный запас знаний. Это избавит вас от необходимости разъяснять все с самого начала, повысит информативность речи и позволит выиграть время для обсуждения проблемы.

«Юмор» – хорошее чувство юмора, умение к месту привести шутку или каламбур в сочетании с невербальными элементами (улыбкой, например) позволят добиться успеха в речевой коммуникации любого уровня.

«Да-да-да» – партнеру задается три-четыре вопроса, на которые он обязательно должен ответить «да». Тогда, вероятнее всего, и на основной вопрос он также ответит положительно. Эту тактику изобрел великий древнегреческий философ Сократ и блестяще использовал для убеждения собеседников.

«Черный оппонент» – тактика, противоположная только что описанной. Суть ее в следующем: партнеру по общению задается несколько вопросов с таким расчетом, чтобы на один из них он не смог ответить. Тогда незамедлительно произносится речевая формула: «Вот видите, вопрос не подготовлен». При использовании тактики «черный оппонент» следует иметь в виду:

- вопросов не должно быть более трех, в противном случае тактика разрушается и налицо просто предвзятое отношение к собеседнику;

- вопросы должны быть достаточно сложными, в ряде случаев неразрешимыми, поскольку, если партнер ответит на все вопросы, тактика не сработала;
- речевая формула произносится при первом же затруднении с ответом, прекращая (пытаясь прекратить) речевое взаимодействие;
- не следует позволять партнеру развивать свой ответ или, особенно, перехватить речевую инициативу.

«Утрирование» – используя данную тактику, вы сознательно преувеличиваете значение отдельных фактов, мнений и т.д.

Кроме упомянутых выше тактик отметим тактики, присущие любому виду дискурсивных практик:

- привлечение внимания к себе: «А я...», «А у нас...»;
- предложение общеинтересной темы (мода, политика, воспитание детей, погода и т. п.);
- эпатирование собеседников через отрицание привычных схем поведения или ценностей;
- намеренное неявное выражение смысла, неявный способ информирования;
- «перевоплощение» в «незнайку» (говорящий как бы искусственно устанавливает разрыв в знаниях, делая вид, что данный вопрос ему неизвестен);
- интеграция в группу «своих» (предполагает использование приема очерчивания своего круга, близкого по излагаемым идеям и мыслям и присоединение адресата к этой группе);
- выражение комплимента (реализуется тактическими приемами выражения симпатии, формирования эмоционального настроения, установления добрых отношений, управления дистанцией, смещения внимания особенно в ситуации коммуникативной неудачи, коммуникативного конфликта или дискомфорта. Например: «У Вас очень хороший костюм...»;
- обобщение (неблагоприятная информация, только что приведенная или могущая быть приведенной, не просто «случайна» или «исключительна»; тем самым подкрепляется возможное общее мнение. Типичные выражения этого хода: «И так всегда», «С этим сталкиваешься на каждом шагу», «Это без конца повторяется»);
- уступка в общении дает возможность для условного обобщения даже в случае привлечения противоречивых примеров либо позволяет продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие, т.е. составляющие части стратегии положительной самопрезентации.

- «сдвиг» – ход стратегии положительной самопрезентации. («Мне-то, в общем, все равно, но другие соседи с нашей улицы возмущаются»)

- контраст – ход, имеющий своей функцией создать четкое противоречие между СВОИМ и ЧУЖИМ (подчеркивание положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств путем противопоставления МЫ – группы и ОНИ – группы).

Важный тактический прием – молчание. Молчание является коммуникативно значимым маркером общения и может быть эквивалентом реплики-утверждения, обещания, просьбы, согласия, ожидания, запинки, оценки. Демонстративное молчание может иметь аффективную природу и преследовать цель прекратить разговор. «Многозначительное» молчание может выражать тактику определения ролей в разговоре или социально-ролевых отношений. Молчанием можно вывести оппонента из себя и перехватить тем самым инициативу в диалоге. Фоновое молчание, например, выражает согласие, которое подчеркивает атмосферу солидарности в общении между собеседниками.

Перечисленные тактики не исчерпывают всего многообразия способов убеждения. Тем не менее, важно уметь применять тактики согласно ситуации, а также использовать их с учетом особенностей коммуникантов.

1.4. Коммуникативные барьеры

Нередко в коммуникативной цепи передачи информации возникают различные препятствия, мешающие, снижающие или угрожающие адекватному восприятию и пониманию адресатом смысла сообщения, выступления, если даже оратор поставил своей целью передачу истинной информации. Поэтому необходимо рассмотреть основные коммуникативные барьеры, мешающие процессу коммуникации и искажающие смысл информации, или же неприятие ее участниками процесса коммуникации.

Потеря информации начинается с самого первого шага – с выражения идеи в словесной форме. Нужно стремиться к максимально точной формулировке своих идей в словесной форме, чтобы они не допускали двоякого истолкования в декодировании информации получателем. При этом нужно иметь в виду, что каждый человек, выступающий в качестве получателя информации, не ощущает и не воспринимает содержание сообщения отправителя в точности таким, каким его тот задумал, даже если отправитель и выражает свои мысли предельно ясно. На восприятие сообщения и его декодирования получателем информации оказывают влияние его прошлый опыт, установки, чувства и мысли в данный момент

времени, отношение к отправителю информации. В результате информация часто искажается и отличается от переданного сообщения.

Препятствия в процессе коммуникации, которые препятствуют ее эффективности и, в крайнем случае, блокируют ее, получили название барьеров коммуникации, или коммуникативных барьеров. Факторы, искажающие сообщение и снижающие эффективность коммуникации достаточно многообразны. В принципе, все препятствия или барьеры коммуникации обусловлены *физическими, психологическими и социокультурными* факторами [2].

Физические барьеры связаны с внешней средой, в которой осуществляется коммуникация. Внешняя физическая среда может способствовать эффективной коммуникации, а может и создавать дискомфортные условия передачи и восприятия информации, например: температурные условия, акустические помехи, отвлекающие от процесса коммуникации (шум в помещении, громкий разговор коллег, музыка, звуки транспорта и т.д.), погодные условия и т.д. Все эти факторы влияют на психофизиологические характеристики участников коммуникации, мешая им адекватно воспринимать передаваемую информацию.

Психологические барьеры связаны с людьми как главным элементом коммуникации людьми, понимание между которыми достигается далеко не всегда. Изучая процесс коммуникации, ученые пришли к следующим выводам, что полное понимание между коммуникантами оказывается невозможным в силу индивидуальности сознания каждого из них, неповторимости дальнейшего значения знака для каждой языковой личности, поэтому понимание в процессе коммуникации носит частичный характер. Так, например, препятствием коммуникации является психологический феномен восприятия отправителя информации и отношения к нему. В реальной практике коммуникации люди зачастую не отделяют личность отправителя от того, что он сообщает. Поэтому фактор симпатии и доверия к личности отправителя имеет большое значение для восприятия сообщения. Если партнер по коммуникации доверия не вызывает, или же просто неприятен, то отношение к нему переносится и на сообщаемую информацию. Отсюда можно сделать вывод о том, что все, что характеризует человека (репутация, манера вести себя с окружающими людьми, манера одеваться и т.д.) может, как способствовать эффективности коммуникации, так и служить барьером.

Участникам коммуникации, оратору следует работать над всеми аспектами своего имиджа, начиная с профессиональной репутации и заканчивая работой над внешностью. Такую же роль играет и авторитет отправителя информации в глазах его партнера. Чем выше авторитет, тем меньше преград на пути усвоения предлагаемой информации, и наоборот, низкий авторитет вызывает нежелание

прислушиваться к его мнению. Для преодоления барьера психологического восприятия следует учиться быть объективным в восприятии сообщения вне зависимости от того, кто его отправляет.

Эмоциональные барьеры. Эмоции человека связаны с удовлетворением (положительные эмоции) или неудовлетворением (отрицательные эмоции) различных потребностей организма. К положительным эмоциям относятся только эмоции радости и интереса, а все остальные (страха, гнева, презрения, страдания) к отрицательным. Эмоциональные барьеры формируются на основе устойчивых отрицательных эмоций. Человек в состоянии гнева вообще не способен адекватно воспринимать сообщение, а испытывая чувство страха или же презрения, вряд ли он будет способен объективно оценивать сообщения и глубоко вникать в его смысл. Барьером коммуникации могут быть и положительные эмоции, когда человек видит все «в розовом свете» и также неадекватен в понимании происходящего.

Нужно не только знать основные барьеры коммуникации, но и научиться успешно их преодолевать.

Другая группа препятствий для эффективной коммуникации связана с неполным пониманием или непониманием декодируемой информации, вызванным *фонетическим, стилистическим, семантическим и логическим барьерами*.

Фонетический барьер связан с особенностями речи говорящего. Первая особенность связана с громкостью речи. Если собеседник говорит слишком тихо, так, что его уже не слышно на расстоянии нескольких метров, то даже при большой заинтересованности в сообщении часть информации будет утеряна. Таким же препятствием является и слишком громкая речь, воспринимать которую будет также сложно.

Следующим фонетическим барьером коммуникации является темп речи: некоторым людям присущ быстрый тем речи, другим – медленный. Скорость речи зависит от характеристик нервной системы: у сангвиников и холериков быстрый темп речи, у флегматиков и меланхоликов – более медленный. При слишком быстрой речи выступающий затрудняет слушателям возможность следить за своей мыслью, особенно при чтении текста. Медленная речь вызывает раздражение. Скорость мышления превосходит скорость речи: пока отправитель информации ее произносит, получатель информации уже додумывает содержание сообщения, и довольно часто додумывает то, что отправитель и не собирался говорить. Монотонная речь усыпляет внимание, получатель информации отвлекается от темы разговора, думает о своем, к делу не относящемуся.

Семантический барьер непонимания связан с различиями в системах значений понятий и словарном запасе получателя и отправителя информации. Обмен информацией возможен только тогда, когда партнеры говорят на одном «языке». На степень понимания партнерами по коммуникации передаваемой информации влияют возрастные, социальные, культурные и иные различия. Слова естественного языка многозначны, одно и то же слово может иметь несколько значений, и, употребляя вроде бы одинаковые слова, партнеры по коммуникации могут вкладывать в них разное значение. В процессе коммуникации нужно постоянно уточнять, какое значение вкладывает собеседник в тот или иной термин, а самому отправителю информации стараться максимально просто и понятно выразить свою мысль в слове. Словарный запас у участников коммуникации также разный, поэтому может возникнуть непонимание, когда употребляются профессиональные термины, а партнер имеет смутное представление об их значении.

Стилистический барьер непонимания возникает при несоответствии стиля речи отправителя информации и коммуникативной ситуации, стиля речи и актуального психологического состояния получателя информации. Барьеры коммуникации возникают потому, что стиль может быть неуместным, слишком трудным, не соответствовать коммуникативной ситуации и намерениям партнера. Так, неуместным окажется подготовка речи на юбилейном вечере, предложенная в официально деловом стиле, а в рабочей аудитории невозможно услышать научный стиль речи. Получатели информации могут понимать, о чем идет речь, но не принимать ее, оказывая скрытое или явное сопротивление.

Логический барьер непонимания возникает при неумении формулировать свои мысли, и выражать их ясно и понятно. Если в речи отправителя информации просто отсутствует причинно-логическая связь, то собеседнику становится совсем непонятно, что и для чего он говорит. Логический барьер возникает и в тех случаях, когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором, кажется неверной его партнеру по общению, противоречит присущей ему манере доказательств, или слишком сложна для него.

Социокультурные барьеры коммуникации связаны с тем, что люди как элементы коммуникативного процесса представляют собой социальных индивидов, являющихся представителями различных этносов, социальных и демографических групп, религиозных конфессий, профессионального сообщества и других групп. Коммуникативные барьеры возникают вследствие социокультурных различий, которые затрудняют взаимопонимание. В литературе по межкультурным коммуникациям выделяются такие барьеры как:

- влияние стереотипов и предрассудков в отношении тех или иных народов;
- языковые барьеры (люди думают, что слова и фразы имеют только то значение, которое они хотели бы передать);
- ошибочные интерпретации невербальных действий;
- бессознательное стремление давать оценку всем незнакомым культурным явлениям и др.

Для дизайна успешной эффективной коммуникации существуют способы преодоления возникших преград и барьеров и действует несколько обязательных правил. Универсальным является правило, согласно которому нельзя приступать к сообщению идеи, если она не понятна или не до конца **понятна самому себе**.

Правило «постоянной готовности к непониманию» и допущения за исполнителями «права на непонимание». Распространенное заблуждение руководителя состоит в том, что его нельзя не понять.

Правило конкретности. Следует избегать неопределенных, двусмысленных, расплывчатых выражений и слов, а без необходимости не пользоваться незнакомыми или узкоспециальными терминами, перегружать сообщение «профессионализмами».

Правило контроля за невербальными сигналами. Необходим контроль за внешним «сопровождением» речи – мимикой, жестами, интонацией, позой. Например, очень важная информация, сообщаемая руководителем, сидящим в расслабленной позе, да еще интонацией с оттенком игривости и к тому же в неофициальной обстановке, вряд ли будет осознана адресатом именно как таковая, несмотря на ее содержательные характеристики.

Правило адресата. Необходимо стремиться говорить «на языке собеседника», т.е. учитывать его жизненный и профессиональный опыт, индивидуальные особенности, культурно-образовательный уровень, его ценности и интересы.

Правило «собственной неправоты». При коммуникации всегда необходимо допускать, что личная точка зрения может быть неправильной.

Правило «места и времени». Эффективность любого сообщения, а в особенности – руководящего распоряжения, резко возрастает в случае их своевременности и выбора наиболее адекватной ситуации, обстановки, в которой они реализуются.

Правило открытости означает готовность к пересмотру своей точки зрения под влиянием вновь открывающихся обстоятельств, а также способность принимать и учитывать точку зрения собеседника.

Правило активного и конструктивного слушания – одно из основных условий эффективных коммуникаций. Однако именно оно наиболее часто и нарушается – причем, чем выше уровень руководителя и авторитарнее его методы, тем эти нарушения больше. К. Дэвис следующим образом суммировал те требования, которые включены в умение слушать: 1) перестаньте говорить; 2) помогите говорящему раскрепоститься; 3) покажите говорящему, что вы готовы слушать; 4) устраните раздражающие моменты; 5) сопереживайте говорящему; 6) будьте терпеливы; 7) сдерживайте свой характер; 8) не допускайте споров или преимущественной критики; 9) задавайте вопросы; 10) и снова – «перестаньте говорить!».

Правило обратной связи. Технически обратная связь может обеспечиваться посредством задавания контрольных вопросов или просьб повторить сообщение. Здесь поможет обратная связь с аудиторией. Обратная связь – это процесс, с помощью которого отправитель воспринимает, как было понято и принято его сообщение, как партнер по общению оценивает его поведение, слова и смысл сообщения. Обратная связь является неотъемлемой частью коммуникационного процесса, поскольку именно она делает коммуникацию двухсторонним процессом, когда и отправитель информации, и ее получатель корректируют свое общение на основе знания о восприятии своей позиции другой стороной. Умение использовать обратную связь в общении является одним из важнейших моментов, входящих в процесс коммуникации и в структуру коммуникативных способностей человека. Проницательный партнер, получая информацию обратной связи о себе, на основе ее может корректировать свое поведение.

Таким образом, эффективная коммуникация – это двусторонний процесс и для получения результата оратору необходимо не только знать основные барьеры коммуникации, но предусмотреть их заранее и научиться успешно их преодолевать.

1.5. Эмоциональный интеллект

Успешность речевого общения и его неудачи зависят не только от выбора говорящими языковых средств. Большое влияние на эффективность речевой коммуникации оказывают многие экстралингвистические факторы. Специалисты относят к ним потребность в общении, коммуникативную заинтересованность, настроенность на мир собеседника, близость мировоззрения говорящего и слушающего, умение слушателя проникнуть в замысел собеседника, внешние обстоятельства, знание норм этикета и др. Необходимым условием эффективной

коммуникации является также умение слушать. Важно создать позитивный коммуникационный климат, помогающий установить контакт и взаимоотношение в процессе общения. Созданию такого климата способствует развитие у участников коммуникации *эмоционального интеллекта* и способности к *эмпатии*.

В любых жизненных ситуациях человеку необходимо управлять своими эмоциями, чтобы не испортить отношения с другими людьми и достичь того, чего он желает. Это значит, что человек нуждается в распознавании собственных эмоций, владении эмоциями, понимании эмоций других людей и самомотивации к сотрудничеству. *Эмоциональный интеллект* также связан с проблемой социализации личности. Для успешной социализации каждому человеку необходимо приобрести знания, ценности, социальные навыки и социальную чувствительность, которые позволяют ему интегрироваться в общество и вести себя там адаптивно.

Теория эмоционального интеллекта, возникшая в конце XX века, и в настоящее время служит объектом изучения психологов, социологов, специалистов в области коммуникативистики, сферы управления и подбора кадров.

Исторически концепция эмоционального интеллекта не является новой, просто в последнее время исследователи сходятся во мнении, что именно эти виды интеллекта являются ключевыми факторами успеха на рабочем месте. Основы формирования эмоционального интеллекта лежат в отношениях между людьми, которые тесно связываются с сочувствием, состраданием, сопереживанием, умением понять другого человека, проникнуться его горестями и радостями.

В конце 1960-х и начале 1970-х годов в Стэнфордском университете под руководством психолога Уолтера Мишеля был проведен «зефирный тест», который показал, насколько важна способность контролировать эмоции и сдерживать порывы. Дети, устоявшие перед соблазном, съесть зефирку немедленно или подождать 15 минут, не поддавшись искушению, и удвоить угощение, повзрослев, стали более успешными, уверенными в себе и способными лучше справиться с жизненными трудностями. Исследования эмоционального интеллекта доказали, что лучшими лидерами становятся те, кто умеет думать в долгосрочной перспективе, вдохновляет людей вокруг себя и может построить сильную команду.

Расцвет теории эмоционального интеллекта пришелся на 1980–1990-е годы.

В 1983 году Г. Гарднер опубликовал свою знаменитую множественную модель интеллекта (Frames of mind), в которой он разделил интеллект на внутриличностный и межличностный. В 1986 году У. Пейн опубликовал работу «Изучение эмоций: развитие эмоционального интеллекта» (A Study of Emotion: Developing Emotional Intelligence), которая была посвящена развитию эмоционального интеллекта. Однако первый термин «Emotional Intelligence (EQ)» использовала К. Бизли, опубликовавшая статью в 1987 году в британском журнале Mensa. В 1988 году Р. Бар-Он в своей докторской диссертации представил концепцию эмоционального коэффициента EQ (коэффициент эмоциональности по аналогии с IQ). В 1990 году вышла известная статья П. Саловея и Дж. Майера «Эмоциональный интеллект» (Emotional Intelligence), оказавшая наибольшее влияние на развитие теории эмоционального интеллекта и определившая существующее понимание эмоционального интеллекта. Статья привлекла внимание к теории эмоционального интеллекта и вызвала целый каскад исследований и публикаций по этой теме. Практически десятью годами позже к ним подключился Д. Карузо, и втроем исследователи создали модели эмоционального интеллекта.

Иногда можно встретить утверждение, что автором термина эмоциональный интеллект является Д. Гоулман. Однако это не так, но Гоулман раскрыл этот термин практически всесторонне в 1995 г., в первом издании книги «Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ» [6]. С той поры нет, вероятно, ни одного издания по этой теме, в котором не упоминалось бы имя Д. Гоулмана. Он описал историю развития теории эмоционального интеллекта, дал обзор текущих научных идей об эмоциональном интеллекте и даже представил свою собственную модель эмоционального интеллекта. Книга вошла в число самых популярных изданий, посвященных социальным наукам, ее общие тиражи на разных языках превышают пять миллионов экземпляров.

В 1997 году Рувен Бар-Он на собрании Американской психологической ассоциации в Торонто представил свой новый тест EQ-i «Опросник для измерения эмоционального интеллекта» (Emotional Quotient Inventory), содержащий список вопросов для определения коэффициента ЭИ.

В начале XXI века продолжается развитие концепции эмоционального интеллекта, появляются новые публикации, и этот психологический конструкт еще долго будет изучаться, развиваться и применяться в изучении психологии человеческого общения.

В отечественном практико-ориентированном исследовании С. Шабанова и А. Алешиной раскрывается понятие эмоционального интеллекта и принципы

развития его как базовой способности человека, желающего выстроить успешные межличностные и деловые отношения с окружающими.

Анализ философских, педагогических и психологических источников показывают, что эмоциональный интеллект всегда предполагает ориентацию на других людей, готовность увидеть и услышать другого человека и пережить его ценности. Все это говорит о том, что становление личности возможно только во взаимодействии с другим. Исходная теория, которую предлагают П. Саловей и Дж. Мейер, связывает эмоциональный интеллект с личностными факторами, такими как теплота и чуткость. Они определяют понятие *эмоционального интеллекта* как форму социального интеллекта, как способность контролировать эмоции свои и других людей, распознавать их и использовать эту информацию для управления своими мыслями и действиями, то есть объяснять и выяснять причины возникновения проблем и решать эти проблемы. По их мнению, эмоциональный интеллект обуславливает наличие различных способностей, которые задействованы в адаптивной обработке эмоциональной информации. Эмоциональный интеллект, по их мнению, связан с четырьмя основными типами способностей:

- точность оценки и выражение эмоций как самого индивида, так и окружающих его людей;
- когнитивную ассимиляцию эмоционального опыта;
- распознавание, понимание и осмысление эмоций.

Анализируя роль эмоций, Д. Гоулман заявляет: «Само название Homo sapiens – человек разумный, человек мыслящий – вводит в заблуждение в свете той новой оценки роли эмоций в человеческой жизни, которую приняла современная наука». И даже еще жестче: «Интеллект бессилён, когда верх берут эмоции». Согласно Д. Гоулману, **эмоциональный интеллект (ЭИ)** – это способность распознавать и регулировать эмоции в себе самих и в других, то есть понимание собственных чувств, эмпатия к чувствам других и регулирование эмоций таким образом, чтобы улучшить свою жизнь [6].

Этот автор говорит о важности формирования социального интеллекта как основы успешного межличностного общения. В своей монографии автор опирается на комплексные медицинские исследования и приходит к выводу, что эмоциональный интеллект непосредственно связан с умением человека позиционировать себя в отношениях с другими людьми, проявлять разного рода эмоции и контролировать их. Он показывает на различных примерах, как влияет эмоциональная безграмотность на здоровье и как важно закладывать основы эмоцио-

нального интеллекта еще в детстве. По результатам приводимых автором исследований, эмоциональное нездоровье во многом проистекает из неправильного воспитания, из неверных поступков и приемов воспитания родителей, из атмосферы в семье. Самым подробным образом раскрываются причины агрессивного поведения, мотивы их формирования. При этом автор говорит не просто о возможности, а о необходимости развивать эмоциональный интеллект.

Авторы теории эмоционального интеллекта предлагают две модели эмоционального интеллекта. Они похожи, но каждая из них имеет свои особенности. Первая модель дает нам структурное понимание эмоционального интеллекта. Д. Гоулман предложил выделять пять составляющих эмоционального интеллекта:

- понимание или осознание своих эмоций;
- управление своими эмоциями;
- самомотивация;
- понимание или осознание эмоций других;
- управление отношениями (то есть управление эмоциями других).

Многие бизнес-ориентированные модели располагают эти пять компонентов в четырех секторах, два из которых представляют личную компетентность, и еще два – социальную компетентность.

Личная компетентность включает осознание себя и управление собой. Осознание себя означает, что вы понимаете, как вы себя чувствуете, и можете точно оценивать собственное эмоциональное состояние. Сюда входят три компонента: самосознание, точная самооценка и уверенность в себе. *Самосознание* подразумевает способность называть эмоциональные состояния, понимать взаимосвязи между эмоциями, мышлением и действием. *Самооценка* включает понимание ваших сильных и слабых сторон, готовность исследовать их либо думая о них самостоятельно, либо обсуждая их с другими. *Уверенность в себе* – это способность опираться на себя и осознание, что вы можете разрешить любую ситуацию, в которой вы можете оказаться. *Управление собой* основывается на понимании собственных эмоций и подразумевает контроль над своими эмоциями – чтобы они не управляли вами. Другими словами, это способность поддерживать внутреннее равновесие перед лицом любой проблемы или провокации. Важно и то, как вы мотивируете себя на какие-то достижения, опираясь на собственный уровень вовлеченности и оптимизма.

Социальная компетентность социальной осведомленности и социальных навыков (или управления другими). Социальные навыки определяют, насколько хорошо вы управляете своими отношениями с другими людьми и с их

эмоциями. *Социальная осведомленность* включает в себя расширение вашего диапазона осознания эмоций, включение в него эмоции людей вокруг вас: способность сопереживать другим и осознавать, как влияет на них взаимодействие, в котором вы находитесь, способность читать эмоциональную среду и отношения, с которыми вы сталкиваетесь в своей жизни. *Управление взаимоотношениями* означает применение осознания собственных эмоций и эмоций других для строительства прочных отношений. Это идентификация, анализ и управление отношениями с людьми внутри и вне вашей команды, а также развитие отношений с помощью обратной связи. Это ваша способность общаться, убеждать и руководить.

Четыре компонента модели, в свою очередь, складываются из 19 компетенций:

Самосознание

Эмоциональное самосознание: чтение собственных эмоций и признание их влияния на взаимодействие.

Точная самооценка: знание своих сильных сторон и слабостей.

Уверенность в себе: осознание и понимание собственной ценности и возможностей.

Управление собой

Эмоциональный самоконтроль: контроль над негативными эмоциями и импульсами.

Прозрачность: демонстрация честности, открытости, доверия.

Адаптивность: гибкость при адаптации к изменяющимся ситуациям или при преодолении препятствий.

Способность к постоянному развитию: стремление повышать личную эффективность, чтобы соответствовать своим внутренним стандартам.

Инициатива: готовность действовать и использовать возможности для активности.

Оптимизм: умение видеть в любых событиях позитивные моменты.

Осознание других

Сочувствие: умение ощущать чужие эмоции, понимать точку зрения других и проявлять активный интерес к их проблемам.

Организационная осведомленность: понимание процессов, причин принятия организационных решений, политики на организационном уровне.

Предупредительность: понимание потребностей и ожиданий других людей и умение им соответствовать.

Управление другими

Вдохновенное руководство: управление и мотивация с убеждающим видением результата.

Влияние: использование коммуникативных технологий убеждения.

Развитие других: развитие способностей других через обратную связь и управление.

Управление изменениями: инициирование инноваций и руководство людьми для достижения результата в новых сферах.

Управление конфликтами: конструктивное разрешение разногласий.

Создание связей: культивирование и поддержание сети взаимоотношений.

Совместная работа и сотрудничество: создание команды.

Как мы видим, четвертый блок тесно увязан с коммуникациями. Таким образом, эмоциональный интеллект лежит в основе эффективного взаимодействия и управления другими людьми.

П. Саловей и Дж. Майер предложили процессную модель эмоционального интеллекта. Более того, на основании исследований по изучению значимости эмоционального интеллекта они нашли подходы к его измерению, разработали специальный тестовый инструмент. В 2002 году была создана самая используемая сейчас методика MSCEIT, V2.0 (Te Mayer – Salovey – Caruso Emotional Intelligence Test) – стандартизированный тест для измерения эмоционального интеллекта. В основе подхода П. Саловея и Дж. Майера лежит предположение о том, что существует определенное количество конкретных навыков, и все они связаны с точностью или эффективностью. Их можно определить как *точность восприятия и понимания эмоционального состояния (своего и других)*, а также *эффективность регулирования, контроля и использования этих эмоций для достижения своих целей*.

Авторы предположили, что существует четыре фундаментальных аспекта эмоционального интеллекта.

■ Распознавание эмоций:

Способность идентифицировать эмоции в своих физических состояниях, чувствах и мыслях. Возможность идентифицировать эмоции у других людей, в художественных произведениях и т. д., опираясь на средства языка, звуки или поведение. Способность точно выражать эмоции и потребности, связанные с этими эмоциями. Способность различать точные и неточные и истинные и ложные выражения чувств.

■ Понимание эмоций:

Способность вербализовывать эмоции – обозначать их словами. Способность интерпретировать для себя значения событий, которые сопровождаются эмоциями, например, грусть часто сопровождает потерю чего-то. Способность понимать сложные чувства (одновременное чувство любви и ненависти) и их сочетания (сочетание страха и удивления). Способность распознавать переходы между эмоциями, такие как переход от гнева к превосходству или от гнева к стыду.

■ Управление эмоциями:

Возможность оставаться открытым для чувств, как приятных, так и неприятных. Способность рефлексивно вступать в эмоции или отвлекаться от эмоций в зависимости от их информативности или полезности. Способность управлять эмоциями в себе и других, смягчая отрицательные эмоции и усиливая позитивные, не подавляя и не преувеличивая информацию, которую они могут передать.

■ Использование эмоций:

Эмоции приоритизируют мышление, направляя внимание на важную информацию. Эмоциональные состояния по-разному влияют на решение конкретных задач, например, яркие позитивные эмоции облегчают процесс мышления и творчества. Эмоциональные колебания и эмоциональные сомнения побуждают вас рассматривать различные точки зрения.

Обобщая, можно сказать, что эмоциональный интеллект включает в себя способность заниматься сложной обработкой информации о собственных и чужих эмоциях и умение использовать эту информацию в качестве руководства к организации мышления и поведения. То есть люди с высоким эмоциональным интеллектом обращают внимание на свои и чужие эмоции, используют, понимают эмоции, управляют ими, и эти навыки служат адаптивным функциям.

Соотношение эмоционального интеллекта и эмпатии

История развития сущностных и структурно-динамических особенностей эмпатии характеризуется многообразием подходов как в зарубежной, так и в отечественной психологии.

Зарубежные исследователи рассматривают эмпатию как основную и необходимую составляющую эмоционального интеллекта, как осознание субъектом своих переживаний и самого себя через содержание предмета или объекта, проецируя в него свое «Я», как способность сострадать и сочувствовать, как способность проникать в психику другого человека, принимать в расчет его чувства и сочувствовать ему.

Д. Гоулман, говоря о соотношении понятий эмоциональный интеллект и эмпатия, соединяет ценностные представления с эмпатийным отношением к людям. На основании множества исследований своих коллег он выводит идею о том, что «эмпатия лежит в основе многих аспектов нравственной оценки и поступка».

Быть в состоянии эмпатии, по мнению К. Роджерса, означает «воспринимать внутренний мир другого точно, с сохранением эмоциональных и смысловых оттенков».

Отечественные психологи неоднозначно определяют содержание понятия эмпатии, определяя ее либо как способность, либо как состояние, либо как процесс, связывая ее с разными психологическими особенностями личности и с разными психическими процессами. Эмпатия рассматривается как особое эмоциональное состояние, возникающее у человека при виде переживаний другого, как стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека, как его особый способ понимания, как способность человека распознавать чувства, эмоциональные состояния другого, его социальную чувствительность.

Развитие эмоционального интеллекта

Одной из важнейших идей в теории эмоционального интеллекта было утверждение о том, что эмоциональный интеллект можно развивать. Существует алгоритм, рекомендации, технологии для развития эмоционального интеллекта.

Авторы различных методик и тренингов предлагают несколько основных шагов.

1. Прежде всего необходимо оценить свой эмоциональный интеллект. Сделать это можно разными способами. Можно воспользоваться специальными тестами для оценки уровня эмоционального интеллекта (некоторые из них мы упоминали в этой главе), можно самостоятельно проанализировать свой эмоциональный интеллект, используя любую модель.

2. Далее выбрать те компоненты ЭИ, которые вы будете развивать. Можно проранжировать развитость различных компонентов эмоционального интеллекта и выбрать, над какими нужно работать в первую очередь.

3. Определить стратегию для развития выбранных компонентов.

Возможные стратегии развития эмоционального интеллекта будут рассмотрены далее.

Ключевой момент осознания собственных эмоций – это выражение эмоций. Важно уметь выражать как положительные, так и отрицательные эмоции, если хотите построить доверие между собой и другими людьми на работе. Четкое и ясное выражение своих эмоций в деловом взаимодействии может означать

следующее: возможность точно определить, какие эмоции у вас есть, а не использовать неопределенное или обобщенное описание. Например, различать различные формы гнева и знать, когда вы чувствуете обиду, горечь, обман, раздражение, возмущение, подавленность, бессилие или некоторые другие связанные эмоции.

Эмоциональный интеллект базируется и на обширном лексиконе слов, выражающих чувства и эмоции. Эмоциональный интеллект заключается не в том, чтобы выплеснуть эмоции на других людей, а в том, чтобы точно и понятно донести до них свое эмоциональное состояние. Быть способным выражать чувства ясно и открыто, а не намекать, ожидая или надеясь, что кто-то это поймет. Способность выражать полный спектр эмоций – от горя, разочарования, тревоги, страха, ярости, гнева и отвращения до любви, привязанности, гордости, решительности, радости, энтузиазма и счастья. Способность выбирать, кому, как и когда выразить свои эмоции. Иными словами, вы выражаете эмоции, а не эмоции управляют вами и вызывают ваши слезы или неожиданные даже для вас удары кулаком по столу на важном и неприятном совещании.

В качестве стратегий по развитию эмоционального самоуправления специалисты рекомендуют следующие:

- 1) научитесь правильно дышать, чтобы снизить эмоциональное напряжение;
- 2) говорите с людьми, которые хорошо умеют владеть собой;
- 3) больше смейтесь и улыбайтесь;
- 4) выделяйте каждый день время для решения проблем. Это поможет вам правильно распределить ваши дела в течение дня. И вы не будете постоянно в мыслях решать проблемы. Вы будете знать, что это время вами отведено на решение проблем, и отложите свои мысли до запланированного периода;
- 5) возьмите под контроль внутренние диалоги с собой. Они часто крадут наше время, мыслительную энергию, силы, но не приводят к результату. Пресекайте внутренние диалоги, как только они возникают в вашей голове. Однако отличайте внутренние диалоги от планирования, например, предстоящего разговора. Внутренние диалоги – это развитие ситуации, которая произошла в прошлом и итогом которой вы недовольны;
- 6) представляйте себя успешным;
- 7) соблюдайте режим сна. Это поможет вам держать себя в хорошей физической форме и иметь достаточно сил для управления эмоциями;
- 8) больше фокусируйтесь на возможностях, чем на ограничениях;
- 9) научитесь извлекать уроки из всего, что с вами случилось;

10) включайте психологическую подзарядку в свое расписание. Знайте, какие виды деятельности доставляют вам дополнительные позитивные эмоции, улучшают настроение. Составьте список таких занятий и отводите немного времени в течение рабочего дня для психологической подзарядки.

С. Шабанов, автор книг «Эмоциональный интеллект. Российская практика» и «Эмоциональный интеллект в сложных коммуникациях», предлагает следующие упражнения для тренировки эмоционального интеллекта [30, 31].

Упражнения для распознавания эмоций

«Зеркало»

Встаньте напротив зеркала, расслабьтесь. Начните изображать различные эмоции.

Радость: расслабьте лицевые мышцы и широко улыбнитесь, при этом подумайте о чем-нибудь приятном.

Удивление: расслабьте лицевые мышцы, широко откройте глаза, при этом подумав с удивлением: «Для чего это делать?» – спокойно закройте глаза.

Гнев: расслабьте лицевые мышцы и прищурьтесь, при этом напрягите нос и подумайте: «Как мне всё это надоело!»

Счастье: расслабьте лицевые мышцы, вытяните губы в трубочку, затем растяните в улыбке.

Повторяйте упражнение каждый день хотя бы неделю, а затем попробуйте изображать эмоции только с помощью глаз: добрые, злые, любящие, завистливые глаза. Важно думать в этот момент о соответствующей эмоции.

«Найти и запомнить»

В течение дня найдите десять поводов для радости, порадитесь от души и проследите, как изменилось ваше состояние в этот момент. При возможности – посмотритесь в зеркало, прочувствуйте и постарайтесь запомнить ощущения в теле.

На следующий день найдите десять поводов для удивления и проследите, как меняется состояние.

По такой же схеме отработайте все эмоции, повышающие эффективность человеческой деятельности: принятие, доверие, интерес, восхищение.

«Раздражители»

Попробуйте в течение нескольких дней специально фиксировать внимание на неожиданных раздражителях: громких звуках или ярком свете. Постарайтесь сформулировать, что происходит с вашей эмоциональной сферой при воздействии таких раздражителей.

Упражнения для эмоциональной устойчивости

Эти упражнения тренируют устойчивость нервной системы и увеличивают скорость адаптации при изменении внешних условий. Освоив эти упражнения, человек перестаёт быть «заложником эмоций», приобретает уверенность, что в каждой ситуации может контролировать эмоции.

«Назойливая муха»

Сядьте удобно: руки свободно положите на колени, плечи и голову опустите, закройте глаза. Представьте, что на ваше лицо пытается сесть назойливая муха. Она садится то на нос, то на губы, то на лоб, то на глаза. Ваша задача – не открывая глаз, согнать назойливое насекомое. Через пару минут напряжение с мышц лица уходит, а вместе с ним – раздражение.

«Дышать правильно»

Сядьте на стул боком к спинке, выпрямите спину и расслабьте мышцы шеи. Руки свободно положите на колени, закройте глаза. Сконцентрируйтесь на дыхании. Дышите через нос, губы слегка сомкните, но не сжимайте. Проследите, чтобы во время вдоха и выдоха не включались вспомогательные дыхательные мышцы, особенно при вдохе не следует расправлять плечи. Глубокий вдох и продолжительный выдох повторите несколько раз. Упражнение позволяет стабилизировать эмоциональное состояние.

Чтение книг

Идентифицируя себя с героями художественного произведения и их переживаниями, мы достигаем эмоционального отреагирования. Это помогает осознать эмоции, понять их причины.

Упражнения для тренировки эмоций

«Аверс и реверс»

Попробуйте переосмыслить негативное событие, найдите в нём небольшую выгоду. Возьмите лист бумаги и запишите три минуса и три плюса состояния, в котором вы оказались.

«Разобрать по косточкам»

Источником эмоций могут быть внешние события, а могут – внутренние стимулы: память, физическое состояние. Если эмоция, которую вы переживаете сейчас, имеет слишком высокий градус, сначала остыньте. Затем начните задавать себе вопросы:

Как я испытываю злость (другую эмоцию)?

Почему я испытываю злость?

Когда я уже испытывал злость?

Как часто я злюсь?

Чем злость мне помогает?

Чем и где злость мешает?

Разбор эмоции позволяет быстрее понять настоящую причину и источник реакции.

Упражнения на развитие эмпатии

«Эмоции исторических персонажей»

Вспомните пять исторических персонажей. Затем представьте эмоции, которые человек испытывал во время разных событий своей жизни. Пример: Авраам Линкольн видел, как людей продавали на рыночной площади, и чувствовал печаль оттого, что у него не было семьи, злость из-за того, что людьми торговали как животными, и беспомощность, потому что ничего не мог с этим поделать.

«Эмпатия и злость»

Упражнение поможет справиться со злостью на другого человека при помощи эмпатии. Вспомните ситуацию, когда вы очень злились на кого-то, а затем создайте эмпатическое утверждение. Например:

Раздражённый человек: «Ты никогда не делаешь того, о чем я прошу!»

Эмпатический слушатель: «Ты испытываешь раздражение из-за того, что я не сделал свою работу и тебе пришлось работать за меня».

«Дневник эмоций»

Записывайте каждую эмоцию, которую испытываете в течение дня, степень её проявления и причину. Например, эмоция – злость, степень – 7 из 10, причины – тройка по математике. На следующем этапе важно понять, как эмоция проявляется в теле. Возможно, рядом со злостью вы напишете «пересыхает во рту, чувствую ком в горле, звенит в голове». Опишите, какими были руки, ноги в этот момент, ощущались ли тяжесть или напряжение.

Подводя итог, отметим, что человек с развитым эмоциональным интеллектом реагирует на причины, а не действия или эмоции. Это помогает ему правильно воспринимать критику, понимать других людей и отвечать им адекватной реакцией.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Задание 1. Соотнесите стратегии защиты и тактические ходы общения. Заполните таблицу.

Стратегии	Тактики
Игнорирование речевой агрессии	<ul style="list-style-type: none"> - задать собеседнику неожиданный вопрос - внести интересное предложение - перевести разговор на другую тему
Переключение внимания	<ul style="list-style-type: none"> - сказать необидную, понятную шутку
Открытое словесное порицание речевой агрессии	<ul style="list-style-type: none"> - напомнить о доброте, отзывчивости, уме и т.п. - выразить удивление по поводу такого поведения адресата - выразить разочарование в таком поступке адресата
Проецирование (упоминание) положительных качеств адресата с подчеркиванием неожиданности, случайности его проступка	<ul style="list-style-type: none"> - молчать в ответ на высказывание, при этом смотреть на адресанта, во взгляде отражая свои эмоции – удивление, обиду, печаль - лёгкое возмущение – отказаться от продолжения общения (отвернуться, уйти) - продолжить общение в спокойной, ровной тональности
Юмор по поводу ситуации в целом	<ul style="list-style-type: none"> устранить явно выраженную речевую агрессию в вежливой, корректной форме, с обязательным использованием средств речевого этикета

Задание 2. Приведите примеры фраз на каждый из видов стратегий (см. задание выше), которые вы произнесете в конфликтной ситуации, используя тот или иной способ преодоления речевой агрессии.

Задание 3. Найдите приемы речевого воздействия (имя, средства речевого этикета, укрупнение собеседника, прогнозирование, перевоплощение, пример, обобщение и др.) в монологах-просьбах отпустить в поход с ночевкой.

а) Мамулечка, привет, как у тебя прошел день? ... А у меня была такая тяжёлая неделя, ну ты же знаешь, как я делаю практику по ночам... Я так хочу отдохнуть... Сегодня мне предложили отлично провести выходные. Представляешь лес, огромный рюкзак, каша из котла... Ты же отпустишь меня? Только, пожалуйста, не переживай, там все абсолютно безопасно: с нами пойдет профессио-

нал - руководитель. Нас собралось пятнадцать человек, из которых семь мальчиков. Нас будет кому защитить. Ну ты же сама знаешь, как это здорово?! Ты же ходила в поход в студенческие годы?

б) Мам, а посмотри какая погода! Отличная вообще! Мы с группой решили съездить с палатками на природу. Меня попросили у тебя спросить, сколько примерно картошки брать, чтобы на ночь хватило. Ну, надо взять так, чтобы с утра, когда возвращаться буду, ничего лишнего не нести. Сколько? Два ведра? Отлично! Ты такая понимающая! Ну, я поехал!

в) Мама, тут мне поступило заманчивое предложение съездить на природу и заночевать в палатке. Это мои хорошие друзья, ну ты их знаешь. Поездка недолгая, всего на одну ночь. Погода обещает быть хорошей. Я думаю согласиться, как ты считаешь?

Задание 4. Посмотрите следующий фрагмент передачи «К барьеру!» <https://yandex.ru/video/preview/4149121855446842985>. Проанализируйте речевые стратегии, тактики и речь каждого из оппонентов (Б. Немцова и М. Леонтьева). Возникли ли барьеры между оппонентами, помешавшие коммуникации? Какие?

Задание 5. Определите название тактики говорящего и его стратегию. Проанализируйте языковые маркеры, используемые в данных репликах.

1. Собеседнику задается несколько вопросов так, чтобы на один из них он не мог ответить: «Где Ваш пиджак? Зачем Вы сюда пришли? Объясните Вашу позицию. Вот видите, ответ не подготовлен, вы вообще не в теме. Готовиться надо!»

2. В. Соловьев: «Скажите, пожалуйста, где простому человеку за один день можно найти один миллион у.е.?» (обращение к президенту банка).

3. Собеседник: «Меня бог не обидел. Я это точно знаю».

4. А. Хинштейн: «Выйдем, господин Барщевский, я нанесу вам ужасный физический урон!»

5. Профессор выступает на симпозиуме: «Надо заметить, что сам я, пока не коснулся знаний микробиологии будучи студентом, частенько покупал готовые салаты в супермаркетах».

6. Коуч на тренинге по женским проблемам: «Еще Платон до нашей эры говорил: "Каждый из нас – это половинка человека, рассеченного на две части. И поэтому каждый из нас всегда ищет соответствующую ему половину. Поэтому любовь – это жажда цельности и стремление к ней"».

7. Собеседник: «Нам приходилось долгие годы трудиться, а они получают пособие и ничего не делают», «Нам пришлось долгие годы ждать новой квартиры, а они получают квартиру сразу же, как только приедут».

8. Собеседник: «Как же тяжело живется! Да постоянно с этим сталкиваемся. Бывает замечаем, а бывает нет. Вот и я пришла с магазина и поняла что купила не ту пасту... как тяжело жить. То детскому саду обязана, то школе, то про то не забыть, то размеры помнить. Это жуть и ведь так всю жизнь! Я не жалуясь... просто возмущаюсь. Башка пухнет».

Задание 6. Проанализируйте диалог собеседниц с точки зрения использованных в них речевых стратегий и тактик.

А. – Оля, здравствуй!

Б. – Здравствуй, Люда!

А. – Я хотела с тобой поговорить, когда забирала Андрея из сада, то, говорят, тебя не было. Кто Алешу забирал?

Б. – Игорь сегодня рано освободился и рано его взял из сада, сразу после полдника. А что?

А. – Нина Ивановна попросила меня сколотить «бригаду» – там в спальне надо обои переклеить. Пойдем в субботу?

Б. – Нет, Люд, не пойду. Во-первых, я никогда в жизни этим не занималась, я не умею клеить обои. Во-вторых, в субботу я работаю. А потом, что там стряслось, что надо переклеивать? Протечка?

А. – Да нет, не протечка, просто надо обновить.

Б. – Я пас. Создавайте «бригаду» без меня. Я и так целый месяц «работала на благо общества»: шила куклам платья, пальто, шапки.

А. – Ну, ладно... Ире сейчас позвоню. До встречи.

Б. – Пока.

Задание 7. Проанализируйте ситуации, определите, какие барьеры возникли в данных ситуациях. Объясните свой выбор.

а) Преподаватель-итальянка встретила русскую студентку в кафе и сказала: «Давайте поговорим, нам надо выставить оценки за вашу деятельность, попьём кофе». Студентка говорит: «Вы знаете, я кофе не пью» (студентка на самом деле его не пьёт). На что преподаватель сказала: «Как, Вы не хотите со мной поговорить?»

б) Директор магазина одежды решил провести корпоративное мероприятие – празднование Нового года. В наступающем году компанию ждала реорга-

низация, в результате которой: некоторым сотрудникам, возможно, придется перепрофилироваться, у части персонала возрастет объем работы, а кому-то, наоборот, будет предложено перейти на неполный рабочий день. Директор считывал, что совместная вечеринка позволит в неформальной обстановке подготовить коллектив к переменам, и они будут восприняты сотрудниками более благосклонно. Вечер открыл 30-минутный доклад руководителя, посвященный итогам прошедшего года, возникшим сложностям и примерному описанию перспектив компании. В результате настроение людей было испорчено, и даже последующее награждение лучших работников года не смогло создать атмосферы праздника. Люди отсидели положенное время, и при первой же возможности разошлись по домам. Директор был расстроен и впоследствии высказывал мнение, что «корпоративы» – это лишь бесполезная трата средств организации.

с) В компании сотрудницу повысили в должности и перевели в другое подразделение. Ее новая начальница, видимо, опасаясь за свое положение, практически не давала ей работать: критиковала ее действия, запрещала подчиненной принимать даже текущие мелкие решения. Выходом из данной ситуации может стать подчеркнуто уважительное отношение сотрудницы к своей начальнице, стремление постоянно советоваться с ней, преподносить собственные решения так, будто именно руководительница подала идею подчиненной.

d) При общении русского и болгарина возникают недоразумения, которые связаны с утвердительным или отрицательным кивком головой, так как воспринимаемое русским движение головы сверху вниз интерпретируется как согласие, в то время как для болгарской «речи» это отрицание, и наоборот.

e) Руководитель говорит подчинённому о несделанной работе на повышенных тонах.

f) Муж (человек с высшим техническим образованием, начальник отдела проектирования) приходит вечером с работы. Жена спрашивает: «Ужинать будешь?» «Милая, логика простая: раз я пришел с работы, значит я голодный, следовательно, ужинать буду, что спрашивать...» На следующий вечер муж приходит с работы. Жена без вопросов собирает ужин. Муж не идет. Жена говорит, что еда стынет. Удивленный взгляд мужа: «Я разве говорил, что буду есть? Включай логическое мышление, прежде чем что-то сделать, надо спрашивать, нужно ли это?»

g) Вы входите в кабинет менеджера, чтобы получить информацию о проекте, над которым работаете. Вы вошли, а он продолжает внимательно изучать бумаги. Затем, взглянув на часы, отчужденным безразличным тоном спрашивает: «Вы что-то хотели?».

§ 2. Аргументация речи

Итак, создание речи начинается с определения стратегии будущего выступления – нахождения темы, анализа особенностей аудитории, определения задачи речи, формулирования тезиса и проведения его понятийного анализа. Эти действия помогают создать замысел речи. Однако после того как сам выступающий четко уяснил, кому, зачем и что он будет говорить, пришла пора подумать о том, как убедить аудиторию в правильности своих мыслей.

2.1. Соотношение доказательства и внушения

Как подчеркивают Т. В. Анисимова и Е. Г. Гимпельсон, соотношение между познавательным и коммуникативным аспектами речи может существенно меняться. При этом случай, когда актуален только логический аспект, называется доказательством, а случай, когда актуален только коммуникативный аспект, называется внушением [1].

Доказательство – понятие преимущественно логическое. Это совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений. При построении доказательства оратор использует рациональные (логические) аргументы: научные теории и гипотезы, факты, статистику. Все эти аргументы должны выдерживать проверку на истинность, опираться на знания, состоять из безличных суждений. Если оратору удалось логическими методами показать, что курение вредно для здоровья или что предложения этой фирмы самые выгодные, он считает свою задачу по доказательству выполненной.

Внушение – понятие преимущественно психологическое. Это навязывание готового мнения адресату путем воздействия на подсознание. Однако задача внушения состоит в том, чтобы создать у адресата ощущение добровольности восприятия чужого мнения, его актуальности, привлекательности. При построении внушения оратор использует эмоциональные (риторические) аргументы: психологические, образные, ссылки на авторитеты и т. п., воздействуя на чувственную сферу человека. Оратор, прибегающий к внушению при рассказе о вреде курения, возбуждает у слушателя чувство самосохранения, страха или отвращения и тем самым добивается отказа от вредной привычки. Если эффективность логического доказательства зависит от истинности самих доводов, то эффективность внушения в решающей степени может зависеть не от содержания речи, а от таких паралингвистических составляющих, как:

а) тон, используемый оратором (уверенный – неуверенный, уважительный – развязный и т. п.);

б) сведения о говорящем, известные аудитории до его речи (специалист – неспециалист, директор – подчиненный и т. п.);

в) степени сопротивляемости аудитории приводимым аргументам (имею предубеждение против вашей фирмы – слышал о ней только хорошее и т. п.).

Всевозможные комбинации доказательства и внушения дают нам основную, собственно риторическую форму воздействующей речи – *убеждение*. В этом случае оратор обращается к разуму, но влияет и на чувства аудитории, апеллирует как к истине, так и к мнению слушателей, показывает все возможности, выгоды и преимущества своего варианта решения проблемы. При этом те мысли, которые оратор стремится сделать достоянием аудитории, должны казаться ему самому абсолютно правильными, он должен искренне верить в их разумность, в противном же случае мы имеем дело со спекулятивной формой убеждения.

2.2. Логические основы речи

2.2.1. Логические компоненты доказательства

Любое доказательство в логике, а, следовательно, в риторике базируется на **тезисе, аргументах и демонстрации** связи аргументов с тезисом.

Специфика компонентов доказательства была наглядно описана замечательным русским логиком С. И. Поварниним: «Та мысль, для обоснования истины или ложности которой строится доказательство, называется **ТЕЗИСОМ** доказательства. Вокруг нее должно вращаться все доказательство. Тезис в доказательстве – как король в шахматной игре. Хороший шахматный игрок всегда должен иметь в виду короля, какой бы ход ни задумывал» [21]. **АРГУМЕНТЫ** – это суждения, посредством которых обосновывается истинность тезиса. Следовательно, аргументом может считаться не всякая правильная и интересная мысль, а только та, которая доказывает наш тезис. Какие же требования выдвигаются к аргументам?

1. Аргументы должны быть истинными. Только из истинных посылок, как известно, вытекает истинное следствие. Нарушение этого правила приводит к таким ошибкам в доказательстве:

а) *Ложный довод* – это неправильная, антинаучная мысль. Так, оратор, не имея «под руками» истинных доводов, на которые можно бы опереться, берет какую-нибудь заведомо для него ложную мысль, **новую** для противника или для слушателей или не признанную ими до этого времени – ложный факт, ложное

обобщение, ложную цитату и т.п. и выдает ее за истинную. При этом он часто (а в спорах для убеждения особенно) пользуется доверчивостью противника или слушателей, своим авторитетом, внушением, или всеми возможными другими уловками, чтобы заставить принять такой довод. Например: *студент утверждает, что сегодня не сдал экзамен, потому что утром по дороге в университет ему перебежала дорогу черная кошка*. При этом каждому разумному человеку понятно, что несданный экзамен связан с плохой подготовкой студента.

б) **Нелепый довод** – крайняя форма ложного довода, очевидная, а иногда и утрированная ошибка в рассуждениях. Нелепый довод часто озадачивает противника своей неожиданностью и зачастую бывает сложно на него ответить. Для этого необходимы долгие рассуждения и предпосылки. Использование этого приема свидетельствует либо о крайней невежественности, либо об очевидной недобросовестности оратора, например: *«Рубль падает, евро растет, в России – санкции, Украина в огне, – и все это началось в високосном году. Отсюда все беды»* (Устная речь).

в) **Произвольный довод** – это сама по себе верная мысль, но ошибочно представляемая как доказательство определенного тезиса. Тезис не вытекает из этого аргумента. Например, *«У Петрова температура нормальная, следовательно, он здоров»*. *«Так как Франция является экономически развитой страной, она должна быть представлена на Олимпиаде большим количеством участников»* (Устная речь).

Одним из самых употребительных видов произвольного довода являются *неправильные ссылки на авторитеты*. Доводы «от авторитета» очень важны, и без них часто просто не обойтись, но необходимо помнить, что данный авторитет может быть специалистом только в узкой области, и его мнение в других сферах теряет вес. Более того, необходимо быть очень внимательным к цитированию: нельзя обрывочно и своевольно, добавляя или убирая ненужные, на ваш взгляд, слова, цитировать автора. Так, фраза, которую приписывают древнегреческому философу Сократу, известна больше как *«Я знаю, что ничего не знаю»*, однако полная ее версия гласит: *«Я знаю только то, что ничего не знаю, но другие не знают и этого»*.

2. Аргументы должны являться достаточными основаниями для утверждаемого тезиса, т. е. автор обязан приводить такие доводы, которые подтверждают защищаемый тезис и не вступают с ним в противоречие. При соблюдении данного требования необходимо следить за тем, чтобы, с одной стороны, аргументов было достаточно для аргументации, но с другой стороны, они не были излишними, т.к. могут затруднить восприятие доказательства. Однако в

практике нарушение этого требования чаще всего приводит именно к *голословности, бездоказательности* утверждений.

3. Аргументы должны быть суждениями, неравными тезису и, истинность которых доказана самостоятельно и для аудитории очевидна. Нарушение этого правила приводит к таким ошибкам, как:

а) *Тождество* – случай, когда в виде довода приводится для доказательства тезиса тот же тезис, только высказанный другими словами, например в философии: *«Каждое свойство, качество и т.д. есть качество и свойство чего-нибудь, т.е. одно само по себе существовать не может»*. Как пишет С. И. Поварнин [21], когда А. С. Пушкин жалуется на критиков: *«наши критики говорят обыкновенно: это хорошо, потому что прекрасно; а это дурно, потому что скверно. Отселе их никак не выманишь»* – он обвиняет их в тождестве.

б) *Порочный круг* в доказательстве состоит в том, что в одной и той же системе доказательств сначала делают тезисом мысль А и стараются ее доказать с помощью мысли Б, потом доказывают мысль Б с помощью мысли А. Например: *Река замерзла, потому что ночью был сильный мороз, а на морозе все замерзает, следовательно, и река*. Чаще всего впадают в ложный круг люди, которые сами одинаково уверены в истинности и тезиса, и довода.

4. Аргументы не должны противоречить друг другу и тезису. Не должно содержаться противоречия и в формулировке самого аргумента.

2.2.2. Типы логических аргументов

Выделяют следующие виды аргументов:

1. Удостоверенные факты.
2. Статистические данные.
3. Определения как аргументы доказательства.
4. Аксиомы и постулаты. Ранее доказанные законы науки и теоремы как аргументы доказательства.
5. Ссылки на законы, нормативные акты и т.д.

1. Факты – это предложения, фиксирующие эмпирическое знание; это действительные, невымышленные явления. Факты могут служить самым надежным аргументом доказательства, если они правильно подобраны и объективно отражают картину события. Они существуют независимо от того, что мы о них думаем, какими свойствами личности мы обладаем, в каком психическом состоянии находимся в момент их восприятия.

Однако из этого вовсе не вытекает, что рассуждение, построенное на основе фактов всегда объективно, даже если факты сообщаются абсолютно правильные. Очень часто в риторике факт не существует сам по себе, его зачастую «привязывают» к оценке или к другим фактам и аргументам. Например, *участвывая в олимпиаде, студенты нашего ВУЗа заняли пятое место*. В отрыве от определенного контекста этот факт мало что значит, он только регистрирует положение вещей. Только попадая в контекст аргументации, фраза обретает определенное значение. Более того, можно даже доказать совершенно противоположные мысли. *«Студенты нашего ВУЗа приняли участие в таком солидном мероприятии и сумели завоевать почетное пятое место, что говорит о качественной подготовке учащихся к такому ответственному мероприятию»*. Или наоборот: *«В прошлом году наши студенты стали призером олимпиады, а в этом году скатилась на пятое место, что говорит о низкой подготовке студентов и плохой работе преподавателя»*.

Факты в риторической практике подразделяются на ***единично удостоверенные, системные и исторические***. Единично удостоверенные факты часто сопровождают речь, в которых для демонстрации своего тезиса оратор прибегает к примерам из личной жизни, жизни знакомых или к произошедшим однажды событиям. К системным относятся выводы науки, объективные показатели состояния дел, зафиксированные неоднократно. Если же речь идет о прошедших глобальных событиях, то используется исторический факт, который выглядит как изложение обстоятельств дела.

2. Статистика – количественные показатели чего-либо. Статистика в небольших количествах может появляться практически в любом виде публичной речи. При этом обязательно должен указываться источник сведений. В речи не должно быть слишком много цифр, это затрудняет восприятие, загромождает память и делает сложным сравнение по определенному показателю. Наконец, в устной речи можно пользоваться только целыми цифрами, десятые, как показывает практика, плохо запоминаются.

3. Определение представляет собой логическую операцию, предназначенную для установления, прояснения значения используемого термина, уточнения его смысла и значения. Определение может стать ценным рациональным аргументом в речи. Чтобы дать определение, необходимо отыскать сущностные признаки определяемого предмета, те признаки, которые помогают отличить данный предмет от других, например, *«кислоты – это вещества, образующиеся из кислотных остатков и атомов водорода»*.

При дефиниции понятий перед оратором стоит очень важная задача в предоставлении полного определения с существенными характеристиками определяемого феномена и избежании следующих ошибок:

- слишком широкое определение *«Лошадь – млекопитающее и позвоночное животное»;*

- слишком узкое определение *«Совесть – это осознание человеком ответственности перед самим собой за совершённые поступки»;*

- и широкое и узкое одновременно *«Бочка – это сосуд для хранения жидкостей»;*

- определение не должно содержать тождесловия *«Халатность заключается в том, что человек халатно относится к своим обязанностям»;*

- определения не должны быть двусмысленными, не допускаются метафоры и сравнения *«Лев – царь зверей».*

По возможности определение не должно быть негативным и вообще предвзятым.

4. Ссылки на законы (в самом широком смысле слова), **документы, постановления** и другие нормативные акты, обязательные для выполнения. Необходимо заметить, что логика неохотно признает этот тип аргументов, считая его нормативно-оценочным, однако в общественной практике такое доказательство вполне объективно, поскольку для законопослушного гражданина необходимость выполнения законов и распоряжений верховной власти является неизбежным. Ссылки на законы важны для судебной речи, где они оказываются обязательным и наиболее значимым аргументом. Важную роль играет этот вид аргумента и в парламентской практике, где применяются ссылки на ранее принятые решения Думы или на заключения парламентской комиссии.

2.3. Психологическая основа речи

2.3.1. Понятие «топос»

Психологическая сторона убеждающей речи – есть наиболее важная часть риторической аргументации, которая должна быть направлена на человека. Своей целью она ставит воздействие не только на его мысли, но и на его чувства и эмоции. Если цель логики – доказать, то цель риторики – убедить, заставить (и при этом не обязательно доказать). Именно поэтому в риторике широко используются так называемые внелогические способы воздействия, а сама аргументация представляет собой более широкое понятие по сравнению с понятием

«доказательство». Такие психологические способы воздействия на публику называются внушением.

Обращение к чувствам и эмоциям аудитории – совершенно закономерный, естественный процесс, игнорирование которого приводит к риторической неудаче. «Причем в отличие от доказательства, которое поддается точному описанию и осмыслению, внушение – явление гораздо более сложное и непредсказуемое, и его эффективность в значительной степени зависит от личности говорящего. Поэтому далеко не всегда аудитория добровольно и покорно воспринимает внушаемые ей идеи. Именно поэтому риторическая подготовка особенно необходима: только грамотный слушатель может увидеть, что против него применяют средства внушения и сможет определить, нет ли среди них спекулятивных приемов, применить приемы контрсуггестии» [1, с. 115].

Оратор, выступая на публике, воздействует на нее прежде всего через топосы или общие места. Топосы называются также «общими местами», поскольку они содержат общие нравственные и философские положения, которые считаются общепринятыми в данном социуме и которые помогают оратору объединиться с аудиторией в своей риторической задаче (сообщение новой информации, информации к размышлению, дискуссионный поиск ответа на вопрос и т.д.), найти с ней общий язык.

Необходимо иметь в виду, что топосы – это не любые мысли, которые кажутся аудитории правильными, а только те из них, которые основаны на ценностях и предпочтениях, обращаются к нравственным ориентирам, эстетическим идеалам, интеллектуальным интересам и т. п., разделяемым этой аудиторией. Так, утверждения типа *«Россия имеет общую границу с Финляндией»*, *«Фотосинтез – это процесс образования органических веществ из углекислого газа и воды на свету при участии фотосинтетических пигментов»* и т. д. не могут быть, как правило, топосами, поскольку обычно не оцениваются аудиторией, принимаются как само собой разумеющееся или как устоявшаяся проверенная информация. С другой стороны, суждения типа *«Фильм режиссера N. является самым лучшим из всех показанных сегодня фильмов»*, *«драка – плохой способ разрешения проблем»* и т. п. могут стать топосами, поскольку оцениваются аудиторией как соответствующие или не соответствующие убеждениям, взглядам, верованиям. Следовательно, если оратор решил убедить слушателей, он должен сначала изучить их точку зрения и посмотреть, что его с ними объединяет, какие идеи воспринимаются или оцениваются ими одинаково. Именно в том значении – **ценностные суждения, принимаемые как оратором, так и аудиторией**, – мы будем в дальнейшем рассматривать термин **топос**.

Что же является ценностью для человека? Любое явление в жизни человека или общества, если оно приобретает некое значение для общества с точки зрения целесообразности и полезности для жизнедеятельности человека, становится ценностью. Вслед за Т. В. Анисимовой и Е. В. Гимпельсон [1] мы предлагаем рассмотреть следующие классификации ценностей:

- по масштабности.

1. Универсальные ценности. На их основе создаются топосы, общие для людей многих стран и культур. В этом смысле иногда используется термин «общечеловеческие ценности». Однако моральные и политические ценностные ориентиры средневековых рыцарей или эстетические ценности современных жителей Центральной Африки могут существенно отличаться от соответствующих ценностных ориентиров современных жителей Европы. С другой стороны, не все ценности временны и ситуативны. Так, очень консервативны религиозные ценности, которые остаются неизменными веками. Не утратили своего значения до сих пор эстетические идеалы древних греков. В качестве универсальных топосов-ценностей могут быть выдвинуты проблемы безопасности и самосохранения, вопросы добра и зла, гуманности и нравственности и т.д.

2. Государственные ценности. На их основе создаются топосы, объединяющие людей как представителей определенной культурной общности. Это вопросы религии, национальные честь и достоинство, обычаи, традиции, нормы поведения; история народа, национальные искусство и наука и т. д. Каждый народ обычно имеет систему государственных ценностей, то, что кажется значимым большинству представителей данной страны. В нашей стране, например, 70 лет господствовали топосы социалистической ориентации: коммунизм, пролетарский интернационализм, коллективизм, солидарность с борцами за свободу в других странах и т. п.

3. Групповые ценности. На их основе строятся топосы, используемые в более мелких, чем вся нация, группах населения: партийные, региональные, профессиональные, возрастные и т. д. Это самая перспективная для оратора категория топосов, поскольку именно эти ценности, как правило, формируют политические и общественные взгляды людей, характеризуют их как представителей или сторонников тех или иных партий и движений. Так, обращаясь к демонстрации людей пожилого возраста под красными флагами, лучше отказаться от категорического осуждения злодеяний Сталина, а выступая перед собранием студентов, лучше воздержаться от однозначного утверждения о том, что нынешняя молодежь хуже прежней.

Особенно часто пользуются топосами кандидаты в депутаты в своих предвыборных речах, однако употребляют их крайне неумело. Одни и те же обещания кочуют из программы в программу, встречаются у кандидатов с самыми разными политическими взглядами, выглядят как шаблоны и не воспринимаются всерьез, а следовательно, и не становятся топосами.

4. Индивидуальные ценности. На их основе создаются топосы, предназначенные для конкретного человека или нескольких людей, с которыми говорящий лично знаком и поэтому знает об их вкусах, пристрастиях, настроениях и т. д. Создавать такие топосы труднее всего, но они обычно бывают самыми эффективными, так как в этом случае больше всего затрагиваются личные интересы человека.

- по содержанию.

Если нам нужно отыскать наиболее подходящий для этой аудитории топос любого уровня, мы должны апеллировать к благу этих людей, а для этого постараться ответить себе на такие вопросы:

– Что считает **полезным, выгодным** эта аудитория? (**прагматический топос**) *«Обязательно обратитесь к врачу! Никакие целители не смогут вылечить вашу дочь. Разве вы не знаете, что сейчас под маркой магов и колдунов выступает большое число разных мошенников. Только нашей поликлиникой зафиксировано два случая смерти детей, ставших жертвами целителей-шарлатанов. Не рискуйте здоровьем ребенка! Лечитесь у специалистов!»* (Устная речь)

– Что считает **интересным, каких убеждений и взглядов** придерживается эта аудитория? (**интеллектуальный топос**)

– Что считает **приятным** эта аудитория? (**эмоциональный топос**) *«Позвоните нам, и вы узнаете, что такое отдых в Анталье. Пятизвездочные отели, ласковое лазурное море, песчаные пляжи, превосходное обслуживание. Всем этим вы сможете насладиться, если обратитесь к нам!»* (Реклама)

– Что считает **нравственным** эта аудитория? (**морально-этический топос**)

– Что считает **прекрасным** эта аудитория? (**эстетический топос**)

– по взаимодействию с аудиторией

Итак, топосы создаются оратором, но оцениваются аудиторией, и таким образом, являются отражением взаимоотношений между людьми. Именно с этой точки зрения можно выделить следующие виды топосов.

1. Подлинный – фальшивый топосы. Подлинный топос – это то, что действительно объединяет людей, это мнения, взгляды, идеалы на самом деле присущие как говорящему, так и собеседнику. Фальшивый топос – это мнение,

идеал, который оратор сам не разделяет, но считает нужным высказать как свое убеждение для того, чтобы объединиться с собеседником. Причиной фальшивого топоса может быть лицемерие оратора, но может быть и стремление наладить хорошие отношения с человеком, сделав ему приятное (комплимент в этикетном общении).

Промежуточное положение занимают случаи, когда к фальшивым топосам прибегают представители профессий, требующих постоянного контакта с людьми: чиновники, продавцы, врачи, адвокаты и т. п. Так, поддержание уверенности в выздоровлении – неперенный элемент общения врача с пациентом, а реклама продукции, показ того, как эта продукция будет полезна и важна для покупателя – неперенный элемент деятельности продавца в рыночных условиях.

2. Понятийный – формальный топос. **Понятийный** топос относится к убеждениям, взглядам, мыслям, чувствам и т. п. человека (например, осуждение расизма, брошенных домашних животных). **Формальный** топос не затрагивает идеи, а строится на принадлежности говорящего и слушающего к одной партии, социальной группе, научному направлению; на наличии общих друзей, знакомых, родственников (например, одобрение/неодобрение преподавателями школ новых форм работы).

2.3.2. Психологические аргументы

Основным типом риторических аргументов и оптимальной формой предъявления топоса считаются **психологические доводы**. В этом случае оратор непосредственно апеллирует к чувствам и эмоциям аудитории. Рассмотрим несколько видов психологической аргументации:

- **аргумент к тщеславию** – использование лестии, похвалы в надежде на то, что оппонент примет ваш тезис или, по крайней мере, «станет мягче и покладистее». Пример удачного использования аргумента к тщеславию – басня И. А. Крылова «Ворона и лисица». На доводе к тщеславию основаны жанры комплимента, оды и панегирика (античный литературной речи хвалебной речи). Считается, что этот приём по силе воздействия на психику человека не уступает ни одной другой уловке.

- **аргумент к вере** – использование обещаний с целью побудить к каким-либо действиям. Довод к вере активно эксплуатируется политиками, обещающими одним – землю, другим – немедленное решение квартирного вопроса, третьим – кардинальное повышение зарплаты и т.д.

- **аргумент к выгоде** встречается в деловой речи, например, в рекламе: покупайте этот стиральный порошок, потому что он наиболее экономичный и выгодный для вас. Однако чаще он используется в косвенной форме: что мы все (общество, предприятие, город) выиграем, получим, если сделаем (не сделаем) то, к чему призывают: *закупайте это оборудование, так как это приведет к процветанию вашего предприятия* и т. п. Причем оратор может обращаться только к положительным или только отрицательным мотивам, а может совмещать их в одном аргументе: «если сделаете, получите выгоду, а если не сделаете, получите убытки».

- **аргумент к здравому смыслу** предполагает обращение к само собой разумеющимся вещам, обыденному сознанию и тому, что, по мнению оратора, разделяют вне сомнения все люди.

- **аргумент к невежеству (или незнанию)** предполагает обращение к неосведомленности, отсутствию информации у слушателя, оперирование фактами, данными, числами, которые трудно проверить, но которые производят видимость достоверных.

- **аргумент к жалости**. Этой цели достигают двумя способами: вербальным («Если вы поставите мне двойку, меня лишат стипендии»); невербальными (использование слёз и признаков ухудшения здоровья).

Целый ряд психологических приёмов так или иначе апеллирует к чувству страха, неуверенности в своих силах.

- **аргумент к силе**. Этот приём представляет собой открытую либо завуалированную угрозу в адрес оппонента, например, в виде предположения о том, что его точка зрения может иметь для него «нежелательные последствия», что его мнение представляет опасность для государства или общества, что «начальство считает иначе» и т.д. Аргумент к силе – это прием воздействия на поведение человека, а не на его взгляды. Функцией таких доводов, как аргумент к жалости, аргумент к силе, является принуждение.

- **аргумент к авторитету** представляет собой ссылку на мнение лица, пользующегося признанием, влиянием в определенной сфере общественной деятельности. В качестве довода к авторитету часто используется прием цитирования. Не каждый осмелится вступить в полемику с авторитетом, поэтому указанный довод иногда именуют **аргументом к несмелости** и определяют как «обращение в поддержку своих взглядов к идеям и именам тех людей, с кем оппонент не посмеет спорить, даже если они, по его мнению, не правы».

2.4. Софизмы и уловки в речи

При изучении данного риторического вопроса часто возникает вопрос: нужно ли знакомиться с нечестными приемами воздействия на аудиторию, не побуждаем ли мы таким образом ораторов к употреблению таких приемов? На этот вопрос нужно категорически ответить отрицательно, т.к. данная проблема изучается не с целью специального обращения выступающего к нечестным манипулятивным ходам в своей речи, а с целью продемонстрировать и научить слушателя распознавать эти приемы «черной» риторики и своевременно, грамотно и умело на них отреагировать. Итак, оратор решил прибегнуть к обману аудитории.

1. Говорит не о существе дела, а обсуждает личность, намерения оппонента, оценивает его поступки и доводы, т. е. здесь наблюдается *диверсия против оппонента*. Наиболее типичными в этом случае оказываются такие приемы:

1) *Навешивание ярлыков (инсинуации)*. Оратор дает оппоненту всевозможные нелестные характеристики, оценивает его личность и поступки. В деловой, судебной и т. п. риториках этот софизм является абсолютно недопустимым. Вместе с тем в политической риторике он имеет некоторое право на существование, поскольку здесь ценности и идеалы часто бывают персонифицированы, и образ политического лидера становится символом ценностной ориентации партии, течения и т. п.

2) *Лесть оппоненту*. Сообщая сомнительный аргумент, оратор говорит: «вы, как человек умный, не станете отрицать, что...», «всем известна ваша честность и принципиальность, поэтому вы...» и т. п. Обычно это действует безотказно.

3) Стремясь одержать победу, оратор пытается *вывести из себя* оппонента с тем, чтобы тот предстал в невыгодном свете. Кроме того сердитый, раздраженный человек не способен трезво оценивать ситуацию, разумно спорить и часто демонстрирует нелестные формы своего поведения.

2. Прямой обман, искажение сути обсуждаемого вопроса. В этом случае возможны две стратегии. Первая – это *диверсия против тезиса*.

1) *Сужение или расширение тезиса*. При этом в сложных случаях сужается свой тезис – тогда его проще доказать, а расширяется тезис оппонента – тогда его легче опровергнуть. Например, выдвигается тезис: «*Дети не любят и не читают Достоевского*». Если это мой тезис, то в процессе обсуждения я сужаю его и делаю вид, что доказывается тезис «*в нашей школе дети не любят и не*

читают Достоевского». Если это тезис оппонента, я расширяю его и делаю вид, что доказывается мысль *«люди не любят и не понимают Достоевского».*

2) **Подмена тезиса.** В этом случае оратор раскрывает не тот предмет, который заявлен в теме или в вопросе собеседника, а тот, который ему легче раскрыть.

3) **Перевод вопроса на точку зрения вреда или пользы.** Здесь вместо доказательств истины того или иного положения выясняется, имеет ли оно пользу для оппонента или нет. Если человек чувствует, что данное предложение ему выгодно, хотя и имеет вредные последствия для других, он скорее с ним соглашается. Недобросовестные спорщики пользуются этим, начинают давить на противника, подчеркивая преимущества своей позиции для оппонента.

3. Суть обсуждаемого можно попытаться исказить при помощи соответствующего построения аргументации. В этом случае наблюдается **диверсия против аргументов.**

1) **Замалчивание невыгодных фактов и событий.** Представим человека, который продает новое лекарство, помогающее похудеть. Он расхваливает замечательные качества препарата, демонстрирует стройных пациенток, которые с восторгом рассказывают, как им помогло новое лекарство. Однако продавец умалчивает, что около 30 % пациентов приобрели, благодаря этому препарату, хронические заболевания желудка и печени, причем некоторые в тяжелой форме.

2) **«Чтение в сердцах».** Смысл этого приема состоит в том, чтобы указать на предполагаемые тайные мотивы и намерения, которыми, по мнению оратора, руководствуется оппонент. Например, собеседник высказывает вам в споре: *«вы это говорите не потому, что сами убеждены в этом, а из упорства»*, *«вы говорите из зависти к нему»*, *«Сколько вам дали за то, чтобы поддерживать это мнение?»*, *«Вы говорите так из партийной дисциплины»* и т. д.

3) **Навязанное следствие или «дамский аргумент».** Этот софизм состоит в том, что из рассуждений оппонента делается вывод, который на самом деле совершенно из него не вытекает. По многим вопросам возможно не одно, а несколько решений, предположений, иногда противоположных друг другу. По здравому смыслу и по требованиям логики надо учитывать все их. Но софист поступает наоборот. Желая защитить свое мнение, он выбирает самое крайнее и самое нелепое противоположное из других мыслимых решений вопроса и противопоставляет своему мнению. Например:

Покупательница: Послушайте, вы мне неправильно дали сдачу: здесь не хватает двух рублей.

Продавец: Граждане! Что же это делается! Она меня воровкой обозвала!

4) **Подмена понятия.** Ошибка возникает вследствие того, что у слушателя и оратора могут возникнуть свои понятия и идеи из-за ошибок, связанных с полисемией, паронимией, синонимией, омонимией, созвучий и т.д. Например, разговаривая в разрезе биологии о человеке мы переходим к рассмотрению философских категорий, которые может и созвучны с биологическими, но имеют другое значение. Трактую по-разному слово «штраф» (в уголовном праве – это наказание, в гражданском – вид неустойки), можно прийти также к неправильным выводам.

5) **Поспешное (или ложное) обобщение.** Этот софизм состоит в неправильном наделении всего ряда явлений качествами, которые отмечаются у одного или нескольких компонентов. Например, из перечисления 5-6 депутатов Думы, которые выступают с публичными неэтичными заявлениями, вовсе не вытекает мысль, что все депутаты - невоспитанные люди.

6) **Ложная аналогия.** Сравнимые явления должны обладать сходными признаками. Два и более явлений могут быть существенно схожи и все же отличаться отсутствием подобия, необходимого с точки зрения доказываемого положения. Следующий очевидный абсурд выявляет возможную в этом отношении ошибку: «*Киты и слоны – млекопитающие; следовательно, и те, и другие водятся на суше*». Такого рода софизмы часто используются в рекламе.

Что делать, если против нас используют такие спекулятивные средства? Прежде всего, необходимо правильно понимать, какой прием использует оратор. Только в этом случае удастся эффективно противостоять ему. Во-вторых, необходимо хорошо знать предмет обсуждения. Ну и, конечно, важно сохранять спокойствие и не возмущаться, если факт применения уловки установлен.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Задание 1. Рассмотрите предлагаемые риторические ситуации и объясните, к какой форме воздействующей речи (доказательство, внушение, убеждение) прибегают ораторы, чтобы достичь поставленной цели.

1. «Когда ж, наконец, перестанешь ты, Катилина, злоупотреблять нашим терпением?! Где предел необузданных дерзостей твоих выступлений?! Неужели на тебя не произвели никакого впечатления ни военная охрана Палатина (один из холмов в Риме), ни ночные патрули по всему городу, ни страх народа, ни многолюдное собрание благонамеренных граждан, ни это неприступное место заседания сената, ни, наконец, выражение лиц здесь присутствующих?! Разве не чувствуешь, что все твои планы раскрыты? Разве не видишь: заговор твой тем, что о нем знают, посажен уже на цепь, связанный по рукам и ногам?! Что ты делал прошлой ночью, что накануне, где ты был, кого созывал, какие решения принял, кому из нас, думаешь ты, все это неизвестно?» (Речь М. Т. Цицерона против Катилины)

2. «Прошло сто лет, как Гете, который считал себя выздоравливающим, в девять часов утра приподнялся в кресле, в котором он провел ночь, и спросил, какое сегодня число. Когда услышал, что 22 марта, то сказал: «Значит, началась весна и тем более можно отдохнуть...» Радость, что в небе стоит весеннее солнце, наполнила его, солнцепоклонника целиком.

Когда его мысли начали путаться, он попросил, на мгновение придя в сознание, чтобы открыли ставни и впустили побольше света. Прежде чем весеннее солнце достигло полудня, он ушел в царство Вечного Света.

В сотую годовщину со дня смерти величайшего из своих сынов город Франкфурт в великолепном солнечном сиянии размышляет о большой беде, которую он и народ Гете узнали по воле обстоятельств. Безработица, голод и отчаяние – участь многих жителей города и государства. Кто отважится измерить тяжесть забот о существовании, которые нами, собравшимися на это торжество, внесены в этот дом! Духовная жизнь поставлена в зависимость от жизни материальной! Так велики нужда и заботы, которые выпали на этот день, что возникает вопрос, не следует ли его пережить в тишине. Ответ получим в «Фаусте».

Сегодня мы торжественно отмечаем юбилей Гете со странным разладом в душе. Мы гордо представляем себе то неотъемлемое и необесцененное, что нам дано в нем и в его произведениях. Но в то же время спросим себя, не стал ли он нам чужим, потому что время его жизни и творчества не знало проблем и нужд

нашего времени. Не идет ли свет, излучаемый им, над мрачной долиной, в которой находимся, в грядущие времена, когда мы достигнем его высот?» (речь Альберта Швейцера к 100-летию со дня смерти Гете от 22 марта 1932 г.).

3. Обращаюсь к Вам с целью сообщить о низких профессиональных нормах и несоблюдении этических принципов в обращении с пациентами врача Городской поликлиники № 29 Макеева Игоря Дмитриевича.

Опущу частные детали длительного взаимодействия с Макеевым Игорем Дмитриевичем, однако считаю целесообразным донести до вашего сведения следующие факторы:

1. Не предоставив необходимых сведений и возможности ознакомиться с документами должным образом, Макеев И. Д. пытался получить мою подпись, заверяющую факт ознакомления со всеми обстоятельствами.

2. Макеев И. Д не имеет элементарных навыков общения и этики. Все мои возражения и вопросы были встречены крайне негативно, в ряде случаев он использовал оскорбления.

3. Действия Макеева И. Д. спровоцировали серьезные последствия в процессе лечения болезни и усугубили мое состояние (я также планирую отдельное обращение на основании Статьи 188 УК РФ).

4. Кроме того, неуместный внешний вид Макеева И. Д, вольное обращение с клиентами, а также непрофессиональное поведение во многом являются признаками несерьезного подхода к работе.

Прошу Вас разобраться в данной ситуации, а также назначить соответствующее взыскание Макееву И. Д., так как его поведение и действия ставят в опасное положение не только пациентов, понесших утраты, но также подрывают авторитет здравоохранения (жалоба на врача поликлиники)

Задание 2. Найдите в представленных риторических текстах логические аргументы доказательства и определите их тип.

1. Комитет здравоохранения Волгоградской области опубликовал показатели рождаемости и детской смертности в регионе. По данным комитета, улучшилась ситуация с младенческой смертностью. Согласно официальным данным, её показатель составил 6,8 на 1000 новорождённых. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года, врачам удалось спасти на 160 младенцев больше. Более 7000 детей появилось на свет на территории региона. Из них, около 4200 младенцев родились в районах Волгоградской области (Отчет комитета здравоохранения за 2018 год).

2. Единственный мяч, забитый полузащитником лондонского «Челси» и сборной Бразилии по футболу Виллианом (на снимке), принес победу пятикратным чемпионам мира над сборной Эквадора в товарищеском матче, состоявшемся рано утром по московскому времени в американском городе Нью-Джерси на стадионе «MetLife stadium» (комментарий футбольного матча)

3. В соответствии со статьей 111 Новый закон «Об образовании в РФ» вступает в силу с 1 сентября 2013 года, за исключением части 6 статьи 108, вступившей в силу со дня официального опубликования, и ряда других положений, вступающих в силу в более поздние сроки. Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании» регулирует правовой статус всех образовательных организаций и индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют обучение. Основная цель Федерального закона «Об образовании» – реализация конституционного права граждан Российской Федерации на образование и защита интересов личности, общества и государства в сфере образования. Настоящий закон устанавливает права, обязанности и меры социального обеспечения педагогов, обучающихся и их родителей (выступление на телевидении).

4. В 2009 г. я зарегистрировал КФХ, обещали кредит. Кредита я ждал целый год, не дождался. Никакой деятельностью я не занимался. Ссылаясь на Ф3212, где есть определение ИП, я не являюсь ИП, так как не занимался никакой деятельностью, я отказался платить. Подскажите, кто прав? (жалоба юристу).

Задание 3. Определите, какие требования, предъявляемые логикой к аргументам, нарушаются в этих примерах.

1. Это лето выдалось на редкость теплым, даже иногда было жарко, средняя температура в нашем регионе зафиксирована на отметке + 25 градусов. На юге России температура поднималась свыше 35 градусов и держалась на этой отметке практически все лето. В августе месяце там начались масштабные лесные пожары, которые нанесли не только ущерб урожаю и зеленым насаждениям, но и унесли несколько людских жизней. Мы должны сделать все возможное, чтобы наш регион спасти от этой страшной стихии (устное выступление).

2. Все, находящие эту женщину невинной, должны быть против наказания её; вы – против наказания её, значит, вы находите её невинной. (устная речь)

3. – Вы сообщили, что рана нанесена пулей из пистолета тридцать восьмого калибра?

– Да, сэр.

– Значит, пулю нашли?

– Нет, сэр, пуля не была найдена.

– Как же тогда вы определили калибр?

– Частично по размеру раны, учитывая и тот факт, что пистолет, из которого был произведен выстрел, лежал под телом убитого.

– Если пулю не нашли, как же вы определили, что убийство было совершено именно из того пистолета, который находился под телом?

– Потому что из него недавно был произведен выстрел, потому что другого следа от пули нет и пистолет этот тридцать восьмого калибра. (Э. С. Гарднер)

4. Необходимо повысить предельно допустимую скорость движения, потому что существующий предел скорости слишком низкий (отчет по физике)

5. Желая привлечь новых пациентов, один американский врач-отоларинголог дал в газете такое объявление: «Около половины жителей США носит очки. Это еще раз доказывает, что без ушей жить нельзя. Принимаю ежедневно с 10 до 14 часов.

6. «Ромео и Джульетта – самая вредная пьеса, так как пропагандирует любовь у несовершеннолетних. Произведения В. Шекспира надо снять с книжных полок.

Задание 4. Найдите ошибки в определениях.

1. Один ярд – это как у нас один километр. 2. Речь идет о «маргиналах», т.е. некоренном населении. 3. Интердикт – это когда отлучают от церкви. 4. Интердикт – это процесс, часто случавшийся в средние века.

Задание 5. Проанализируйте определения следующих понятий и резюмируйте свое определение: «человек», «исторический деятель», «личность», «государство».

Задание 6. Составьте наборы аргументов (причин и следствий) для следующих тем:

- 1) «Да не застанет вас солнце на постели!» (В. Мономах);
- 2) «Мы рождены для общества» (Н. М. Карамзин);
- 3) «Корень учения горек, но плоды его сладки» (Исократ);
- 4) «О вреде табака».

Задание 7. Найдите топоры в следующих риторических текстах, определите их вид.

1. Уважаемые граждане России, дорогие друзья!

Только что мной принесена президентская присяга, она даётся народу России, и в её самых первых строках – обязательство уважать и охранять права и свободы человека. Именно они признаны высшей ценностью в нашем обществе, и именно они определяют смысл и содержание всей государственной деятельности.

В этой связи считаю своей важнейшей задачей дальнейшее развитие гражданских и экономических свобод, создание новых, самых широких возможностей для самореализации граждан – граждан, свободных и ответственных как за свой личный успех, так и за процветание всей страны.

За последние восемь лет был создан мощный фундамент для долгосрочного развития, для просто десятилетий свободного и стабильного развития. И этот уникальный шанс мы должны максимально использовать, чтобы Россия стала одной из лучших стран мира, лучшей – для комфортной, уверенной и безопасной жизни наших людей: в этом – наша стратегия, и в этом – ориентир на годы вперед.

Я в полной мере осознаю, как много ещё предстоит сделать – сделать, чтобы государство было действительно справедливым и заботливым по отношению к гражданам, чтобы обеспечить самые высокие стандарты жизни, чтобы как можно больше людей могли причислить себя к среднему классу, могли получить хорошее образование и качественные услуги в области здравоохранения. (Инаугурационная речь Д. А. Медведева).

2. Прежде всего, хотел бы поблагодарить судьбу за то, что она позволила мне встретить такую прекрасную девушку как (имя невесты). Я верю, что в будущем нас ждет много счастливых лет. Также хочу сказать спасибо невесте за то, что сделала правильный выбор и согласилась подарить мне руку и сердце. Благодарю наших родителей за то, что они всегда помогали и поддерживали в трудную минуту, а сейчас разделяют эту радость вместе с нами. Спасибо родителям моей любимой за то, что вырастили настоящую принцессу, а уж моя задача – сделать ее королевой. Спасибо всем родным и близким за теплые слова. Мы рады, что вы нашли время и пришли на наш праздник. Хочу поднять этот бокал за вас! (выступление жениха на свадьбе)

3. Ну чего ты сидишь такой грустный? Сессия, говоришь? Ну и что? Она все равно рано или поздно кончится. Я вот просто уверена: ты пока даже не представляешь себе, где будешь «отходить» от экзаменов. Я дам тебе дельный совет. Причем совершенно бесплатно, хотя так нынче не принято. Ну да ладно, что взять с бедного студента?!

Итак, у бабушки в деревне будет скучно, в городе слоняться – противно, на Багамы ехать – дорого. Остается недорогой, веселый и интересный вариант – Бакалда. Я знаю, ты там давно не был, если вообще когда-нибудь был. Так вот, ставлю тебя в известность, что в нынешнем сезоне там потрясающе! К твоим услугам 40 летних домиков и 5 зимних. Кстати, последние – с настоящей русской печью, и, если выпросишь у дежурной дровишек, поймашь кайф от нездешней романтики. Стоит сие удовольствие от 10 до 35 тысяч рублей – в зависимости от комфорта. Поедешь ты, разумеется, не с пустыми руками. Чтобы настроение было хорошим, пиво должно быть холодным. Поэтому в пункте проката тебе дадут холодильник. А для души можешь прихватить еще и телевизор. Здесь же обязательно возьми электроплитку, чтобы сварить питательный супчик из пакета. Не забудь также напомнить о посуде, ибо лакать из кастрюльки интеллигентному студенту просто неудобно.

Что это мы все о еде и о еде? Давай о душе! По воскресным вечерам турбазу оглашают дикие звуки поп-мелодий. Пугаться не следует, следует отправиться на молодежную дискотеку. Можно даже без смокинга (лишь бы шорты были чистые). Поплясав, походи окунись. В Волге вода чистая, да и пляж местные хозяева привели в достойный вид (Т. Бударина).

Задание 8. Выберите одну из предложенных тем и выступите с речью. Постарайтесь употребить в ней как можно больше топосов.

1. Побудить студентов своей группы записаться на курсы английского языка. 2. Побудить студентов нашего института пройти флюорографическое обследование. 3. Побудить студентов участвовать в олимпиаде по русскому языку. 4. Побудить сотрудников отдела работать во внеурочное время. 5. Побудить спонсора дать денег на ремонт «Казачьего театра».

Задание 9. Найдите уловки и софизмы и определите их характер.

1. *Однако не все музеи находятся в бедственном положении. Некоторые из них продолжают активно посещаться. Рекорд здесь установил Загорский музей игрушки, посещаемость которого за последний год не только не упала, а даже выросла (Радио, 10.06.1994) (билет входит в стоимость экскурсии из Москвы в Троице-Сергиевскую лавру).*

2. *Что может говорить хромой об искусстве Ван Гога? Если ему сразу объявить, что он хромой, он признает себя побежденным. О чем может спорить человек, не поменявший паспорта? Какие взгляды на архитектуру может высказать мужчина без прописки? Пойманный с поличным, он признает себя*

побежденным. И вообще, разве нас может интересовать мнение человека лысого и с таким носом? Пусть сначала исправит нос, отрастит волосы, приобретет вес, походку, а потом выскажет что-нибудь неспорное, – мы его поймем (М. Жванецкий).

3. Спорят мужчины.

А. По моему мнению, теперешний состав правительства совершенно непригоден для управления страной.

В. Что же, значит, по вашему мнению, надо опять вернуть Николая и Распутина? (Устная речь)

4. *Нельзя проводить в Санкт-Петербурге олимпиаду. Это бредовая идея. Наш город этого не вынесет. Обманывают те, кто утверждает, что все города, где были олимпиады – это процветающие города. Посмотрите, как бедствует Сараево. Так что и нам материального благополучия олимпиада не принесет. (А. Невзоров)*

5. Лекарство, принимаемое больным, есть добро. Чем больше делать добра, тем лучше. Значит, лекарств нужно принимать как можно больше.

6. – Потрудитесь мне объяснить, что это значит? Я вас спрашиваю!

– ...Надоело, Ольга! Честное слово, я утомлен, и мне теперь не до этого... Завтра будем браниться.

– Нет, я тебя отлично понимаю! – продолжала Ольга Михайловна. – Ты меня ненавидишь! Да, да! Ты меня ненавидишь за то, что я богаче тебя! Ты никогда не простишь мне этого и всегда будешь лгать мне!.. Сейчас, я знаю, ты смеешься надо мной... Я даже уверена, что ты женился на мне только затем, чтобы иметь ценз и этих подлых лошадей...

Петр Дмитрич уронил газету и приподнялся. Неожиданное оскорбление ошеломило его. Он детски беспомощно улыбнулся, растерянно поглядел на жену и, точно защищая себя от ударов, протянул к ней руки и сказал умоляюще: – Оля! (А. П. Чехов)

7. Судья спрашивает преступника:

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

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

8. Помолчать! Вы видели что-то там... Бессовестная, сидишь здесь! Фигуристка! Провал идет, майдан готовите! Мы выйдем только, чтобы вас здесь не было в ДУМЕ. Молчать надо сидеть! Лидер партии выступает (В. В. Жириновский)

9. – Сними свою шляпу, – сказал Король Болванщику.

– Она не моя, – ответил Болванщик.

– Украдена! – закричал Король с торжеством и повернулся к присяжным, которые тут же взялись за грифели.

– Я их держу для продажи, – объяснил Болванщик. – У меня своих нет, ведь я Шляпных Дел Мастер (Л. Кэрролл).

10. – Девочки, знаете, тоже едят яйца.

– Не может быть, – сказала Горлица. – Но, если это так, тогда они тоже змеи! (Л. Кэрролл).

Задание 10. Разбейтесь на пары. Вам нужно найти способ вынудить другого сделать то, что ему не по душе, а ему – найти способ отказать в некорректной просьбе. Примеры просьб:

1. Я слышал о вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы вы одолжить 50 долларов? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же вам отдам.

2. Неужели вы откажетесь принять участие в этом вечере? Мы ведь не всех приглашали. Но нам известно, что вы-то знаете толк в настоящем искусстве!

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова, Т. В., Гимпельсон Е. Г. Современная деловая риторика / Т. В. Анисимова, Е. Г. Гимпельсон. – Воронеж: Модек, 2004. – 432 с.
2. Большунов, А. Я. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / А. Я. Большунов, Н. И. Киселева, Г. И. Марченко, А. В. Новиков, А. Г. Тюриков, Л. И. Чернышова. – М.: Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. – 338 с.
3. Бутусова, А. С. Прагмалингвистический потенциал эллиптических предложений (на материале немецкого бытового диалога): дисс. канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2004. [Электронный ресурс] <http://rspu.edu.ru/projects/deutch/ras.html>
4. Воронцова, Т. А. Риторика как публичная коммуникация: учебное пособие / Т. А. Воронцова. – Ижевск, 2009. – 133 с.
5. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М: НИЦ ИНФРА-М, 2022. – 286 с.
6. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ? / Д. Гоулман. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2021. – 541 с.
7. Иванова-Лукьянова, Г. Н. Культура устной речи. Интонация, паузирование, логическое ударение, темп, ритм / Г. Н. Иванова-Лукьянова. – М.: Флинта, 1998. – 200 с.
8. Иванова, С. В. Эмоциональный интеллект: что это? (аналитический обзор литературы по эмоциональному интеллекту в педагогическом аспекте) / С. В. Иванова // Ценности и смыслы. – 2022. – № 4 (80). – С. 6–53.
9. Иванова, С. Ф. Специфика публичной речи / С. Ф. Иванова. – М.: Мир, 2003. – 72 с.
10. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации / А. А. Ивин. – М.: Юрайт, 2015. – 300 с.
11. Карнеги, Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично / Д. Карнеги. – М.: Прогресс, 1989. – 419 с.
12. Клюев, Е. В. Речевая коммуникация / Е. В. Клюев. – М.: Рипол классик, 2002. – 315 с.
13. Кони, А. Ф. Избранные произведения / А. Ф. Кони. – М.: Юридическая литература, 1956. – 888 с.

14. Куклина, Т. В. Психо- и прагмалингвистический аспекты речевого поведения авторов (на материале текстов рецензий и политических выступлений): дисс. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2005.
15. Лемерманн, Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / Х. Лемерманн. – М.: Интерэксперт, 1999. – 110 с.
16. Ленец, А. В. Прагмалингвистическая диагностика особенностей речевого поведения немецкого учителя: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 1999.
17. Львов, М. Р. Риторика. Культура речи / М. Р. Львов. – М.: Изд. центр, 2004. – 272 с.
18. Матвеева, Г. Г. Диагностирование личностных свойств автора по его речевому поведению / Г. Г. Матвеева. – Ростов-на-Дону: ДЮИ, 1999. – 82 с.
19. Минеева, С. А. Основы мастерства устного выступления. Как подготовить полемиста / С. А. Минеева. – Пермь, 1991. – 54 с.
20. Михальская, А. К. Основы риторики / А. К. Михальская. – М.: Дрофа, 2001. – 491 с.
21. Поварнин, С. И. Спор. О теории и практике спора // Логика и риторика. Хрестоматия / С. И. Поварнин. – Минск, 1997. – С. 471–589.
22. Пороховщиков, П. С. Искусство речи на суде. [Воспроизводится по изданию 1910 г.] / П. С. Пороховщиков. – Тула: Автограф, 2000. – 320 с.
23. Сопер, П. Л. Основы искусства речи / П. Л. Сопер. – М.: Феникс, 2006. – 448 с.
24. Сперанский, М. М. Правила высшего красноречия. – М.: Книга по требованию. [Электронный ресурс] <https://www.bookvoed.ru/files/3515/10/09/02.pdf>
25. Стернин, И. А. Практическая риторика / И. А. Стернин. – М.: Академия, 2003. – 272 с.
26. Цицерон, М. Т. Речи в двух томах. Том первый (81–63 гг. до н.э.) / под руководством В. О. Горенштейн, М. Е. Грабарь-Пассек / М. Т. Цицерон. – М.: Изд-во Академии Наук СССР, 1962.
27. Черняк, В. Д. Риторика. Учебник для бакалавров. Издание / В. Д. Черняк. – М.: Юрайт, 2015. – 430 с.
28. Чигридова, Н. Ю. Стратегия социального престижа в речи делового коммуниканта / Н. Ю. Чигридова, Л. К. Холодкова // Личность, речь и юридическая практика: межвуз. сб. науч. тр. Выпуск 4. – Ростов-на-Дону: 2001. – С. 187–191.

29. Чуриков, М. П. Согласие, несогласие и уклонение в аспекте речевого общения (на материале текстов немецких политических интервью): дисс. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2005. – 168 с.

30. Шабанов, С. Эмоциональный интеллект в сложных коммуникациях / С. Шабанов, А. Алешина. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2022. – 288 с.

31. Шабанов, С. Эмоциональный интеллект. Российская практика / С. Шабанов, А. Алешина. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2021. – 432 с.

32. Штрекер, Н. Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Н. Ю. Штрекер. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 351 с.

ГЛОССАРИЙ

АДРЕСАНТ – человек, произносящий речь (отправитель речи).

АДРЕСАТ – человек или круг людей, к которым обращена речь.

АКСИОМА – положение, которое не требует доказательств ввиду его очевидной истинности.

Акцио (5-й этап риторического канона) – процесс произнесения выступления перед публикой, включающий знание риторического менеджмента: адресата, поддержание контакта с аудиторией, владение невербальными средствами коммуникации.

АМФИБОЛИЯ – логическая ошибка, которая заключается в нечетком использовании многозначного понятия, вследствие чего возникает двусмысленность, смешение понятий.

АРГУМЕНТ – истинное исходное теоретическое или фактическое положение, приводимое для обоснования истинности или ложности выдвигаемого тезиса.

АРГУМЕНТИРОВАННАЯ РЕЧЬ – языковой и психологический процесс речевого взаимодействия говорящего и слушателя, когда происходит утверждение в сознании и поведении слушателя системы ценностей, предмета мысли говорящего.

«АТАКА ВОПРОСАМИ» – риторический прием, когда очередное высказывание полемист заканчивает все время вопросом к оппоненту, заставляя его все время отвечать на вопросы, добиваясь утраты оппонентом логической последовательности его выступления и сбивая его с мысли.

ВООДУШЕВЛЯЮЩАЯ РЕЧЬ – ораторская речь, обращенная к чувствам, духовному миру человека. Она помогает проникнуться нравственной идеей, укрепляет силу воли и духа.

ВСТУПЛЕНИЕ РЕЧИ – начало выступления, в котором оратор с помощью риторических приемов устанавливает контакт с аудиторией, при этом презентуя содержательную и структурную часть своего обращения к публике.

ВЫВОД – завершающая часть речи, в которой подтверждается или опровергается тезис: суммарная оценка явлений, фактов и т.д.

ГЛАВНАЯ ЧАСТЬ ВЫСТУПЛЕНИЯ – основная часть публичного выступления, в которой аудитории демонстрируется тезис и подтверждающие его аргументы, доказательства.

ДЕБАТЫ – обсуждение какого-либо вопроса перед принятием общего решения, где каждая сторона может неоднократно высказать все свои «за» и «против».

ДЕДУКЦИЯ – логическое умозаключение от общего суждения к частным выводам.

ДЕМАГОГИЯ – использование лживых обещаний, преднамеренное извращение фактов для достижения той или иной цели.

ДИСКУССИЯ – коллективное обсуждение какого-то вопроса, рассмотрение его с разных точек зрения для принятия общего решения.

Диспозиция (2-ой этап риторического канона) – это выстроенная определенным логическим способом структура речи, расположение и расстановка элементов ее содержания.

ДИСПУТ – публичный спор, посвященный обсуждению злободневных теоретических, нравственных и политических проблем.

ДОКАЗАТЕЛЬСТВО – логическая операция, в ходе которой проверяется истинность какого-либо утверждения (тезиса, гипотезы).

ЗАКОН КРАЯ – выведенная из практики и закономерно подтвержденная психологами закономерность, заключающаяся в том, что слушатели запоминают лучше всего начало и конец выступления; поэтому оратору необходимо позаботиться именно о ярком и четко сформулированном зачине и концовке речи.

ИМПРОВИЗАЦИЯ – умение говорить на заданную тему без предварительной подготовки, требующее глубоких разносторонних знаний, развитых техник речи.

Инвенция (1-й этап риторического канона) – раздел риторики, отвечающий за выбор темы речи и подбор аргументов в пользу выдвигаемого тезиса.

ИНДУКЦИЯ – логическое умозаключение, состоящее в переходе от частных, единичных случаев к общим выводам (от фактов к обобщению).

ИНСИНУАЦИЯ – клеветнический, порочащий кого-либо вымысел, клевета.

ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕЧЬ – публичное выступление, содержащее сообщение новых, актуальных и ценных сведений для адресата.

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ – планирование речевого поведения в зависимости от конкретных условий общения.

КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА – способы и приемы достижения коммуникативной цели.

КОММУНИКАТИВНОЕ НАМЕРЕНИЕ – желание говорящего, проявляющееся в речевой форме, в характере высказывания и раскрывающееся в выборе слова и синтаксической конструкции.

КОММУНИКАТИВНЫЕ КАЧЕСТВА РЕЧИ – свойства речи, обеспечивающие общение, передачу информации в наиболее эффективной форме (точность, логичность, чистота, ясность, богатство, выразительность, уместность, правильность).

КОМПОЗИЦИЯ РЕЧИ – соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему выступлению как единому целому при построении выступления.

КРАСНОРЕЧИЕ – это умение говорящего гармонично использовать в процессе речевого взаимодействия языковые ресурсы с учетом качеств правильной речи, техники речи, умения оперировать риторическими приемами, средствами выразительности, паралингвистическими и невербальными средствами.

ЛОГИЧЕСКОЕ УДАРЕНИЕ – выделение усилением голоса или повышением тона слова или словосочетания, фразы как наиболее важного смыслового элемента звучащего контекста.

ЛОГОМАХИЯ – логическая ошибка, возникающая вследствие того, что стороны в речевом взаимодействии придерживаются разных значений одного и того же понятия.

МАНИПУЛЯЦИЯ РЕЧЕВАЯ – разновидность речевого воздействия, при котором преобладает отношение к адресату как к средству, скрытый характер воздействия и стремление получить односторонний выигрыш в коммуникации.

Меморио (4-й этап риторического канона) – процесс запоминания речи, основанный на знании специальных методов и приемов, облегчающих данный процесс.

МИМИКА – выразительные движения мышц лица, отображающие внутреннее состояние человека, его отношение к чему-либо.

НЕОРИТОРИКА – обновленная классическая риторика, разрабатывающая эффективные формы, варианты и алгоритмы речи в современных условиях и ситуациях общения.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ – логическая операция, раскрывающая содержание понятия.

ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО – высокая степень владения живым устным словом как средством многообразного воздействия на аудиторию. Оно базируется на диалектичности мышления, глубоком знании материала речи, освоении опыта лучших ораторов прошлого и настоящего, отточенном владении литературным языком и неязыковыми аспектами мастерства публичной речи.

ПАРАДОКС – мнение, суждение, которое резко расходится с общепринятым, устоявшимся мнением или отрицает то, что представляется безусловно правильным.

ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА – невербальные (фонационные, кинетические, проксемические) средства, включенные в речевое сообщение и передающие, вместе с вербальными средствами, смысловую информацию.

ПАФОС – воодушевление, подъем; эмоциональность речи, которая пронизывает все выступление оратора, сообщает ему «единое дыхание».

ПОДМЕНА ТЕЗИСА – логическая ошибка в доказательстве, состоящая в том, что один тезис умышленно или неумышленно подменяется другим и этот тезис начинают доказывать или опровергать.

ПОЛЕМИКА – острый спор при обсуждении политических споров, научных, художественных вопросов; спор, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон. Цель полемики – одержать победу любой ценой.

ПОСТУЛАТ – утверждение, принимаемое без доказательства в качестве исходного положения при любом рассуждении.

ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ – речевое произведение, которое произносится перед аудиторией и воздействует на чувства, и на сознание слушателей.

РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ – использование грубых, оскорбительных речевых средств в общении, словесное выражение негативных эмоций в неприемлемой для ситуации форме.

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ – совокупность характеристик речи, речевых поступков и речевых реакций участников коммуникации в условиях речевой ситуации.

РИТОРИКА – филологическая дисциплина, изучающая теорию красноречия или ораторского искусства, способы построения публичной выразительной речи с целью наиболее эффективного воздействия на аудиторию.

РИТОРИЧЕСКИЙ КАНОН – свод правил, который описывает последовательность этапов разработки речи.

«СВЕДЕНИЕ К АБСУРДУ» – полемический прием, суть которого состоит в том, чтобы показать ложность тезиса, т.к. следствия, вытекающие из него, противоречат действительности.

СОФИЗМ – рассуждение, которое по форме кажется логически правильным, но содержит скрытую намеренную логическую ошибку.

СТРАТЕГИЯ РЕЧИ – совокупность запланированных участником коммуникации речевых ходов, направленных на достижение своей цели.

ТАКТИКА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ – это совокупность приемов ведения беседы или линия поведения на определенном этапе коммуникации.

ТЕЗИС – это основная мысль текста, речи, истинность которой требуется доказать. Для себя оратор формулирует его сложным предложением с соблюдением причинно-следственных и целевых связей.

ТОЛЕРАНТНОСТЬ РЕЧИ – свойство речевой коммуникации, заключающееся во взаимоуважении речевых партнеров, внимании к их мнению, взглядам на предмет речи, терпимости к используемым способам изложения материала.

ТРОП – стилистическая фигура, слово или выражение, используемое в переносном значении с целью усилить образность языка, художественную выразительность речи.

УБЕЖДЕНИЕ – разновидность речевого воздействия, включающая систему доводов, построенных по законам логики и обосновывающих какое-либо суждение.

УДАРЕНИЕ ФРАЗОВОЕ, ЛОГИЧЕСКОЕ – выделение голосом наиболее важных слов, словосочетаний в речи: перемена ударения меняет смысл предложения и текста.

УЛОВКА – форма речевого взаимодействия, которая позволяет говорящему во время развития речевой ситуации облегчить, упростить для себя процедуру утверждения в сознании слушателя своего тезиса и одновременно затруднить эти операции для слушателя в отношении говорящего.

УМОЛЧАНИЕ (апопсиопеза) – стилистическая фигура; речевой оборот, состоящий в недоговаривании, вызванном взволнованностью оратора, или его преднамеренном желании придать сказанному особый смысл, оживить и активизировать внимание слушателей, вызвать интерес и догадку.

ФИГУРА (риторическая) – термин, обозначающий приёмы синтаксической (синтагматической) организации речи, которые, не внося никакой дополнительной информации, придают речи художественные и экспрессивные качества и своеобразие.

ЭКВИВОКАЦИЯ – логическая ошибка, возникающая в результате использования ритором многозначного слова в различных значениях, в результате чего создается двусмысленность высказывания.

Элокуция (3 этап риторического канона) – словесное выражение, украшение речи лексическими и синтаксическими приемами для превращения замысла речи в реальный текст и эстетического воздействия на слушателей.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ – сумма навыков и способностей человека распознавать эмоции, понимать намерения, мотивацию и желания других людей и свои собственные, а также способность управлять своими эмоциями и эмоциями других людей в целях решения практических задач.

ЭТИКА РЕЧИ – нормы, правила общения, порожденные совместным общением, способствующие преодолению агрессии.

ЭТОС – одно из трех основополагающих понятий риторики в античном мире: этическое, нравственно-философское начало.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕЧИ – коммуникативное качество речи, определяющееся характером и степенью достижения коммуникативной цели говорящего, а также успешностью его контакта с адресатом.

Барышникова Галина Валерьевна
Денисенко Мария Валерьевна

ДИЗАЙН КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие

Электронное издание

Процессор Intel® или AMD с частотой не менее 1.5 ГГц
Операционная система семейства Microsoft Windows или macOS
Оперативная память 2 ГБ оперативной памяти
Пространство на жестком диске 299 КБ

Дополнительные программные средства: Программа для просмотра PDF
Издательско-полиграфический центр ВИУ РАНХиГС
г. Волгоград, ул. Герцена, 10