

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
кафедра журналистики

**Ю.Ю. Наливайко**

# **РИТОРИКА**

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

**Донецк 2020**

УДК 808.5(072)  
ББК Ш7р30  
Н233

*Рекомендовано к изданию Ученым советом  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
(протокол № 3 27.03.2020 г.)*

**Наливайко Ю. Ю. Риторика : учебно-методическое пособие / Ю. Ю. Наливайко. -  
Донецк : ДонНУ, 2020. - 107 с.**

**Рецензенты:**

*Сереброва С.Б.*, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингводидактики ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени М.Туган-Барановского»;

*Карпий С.В.*, директор программ (творческих) ГП «Первый Республиканский Канал ДНР»

Учебно-методическое пособие по дисциплине «Риторика» содержит конспект лекций, задания и алгоритм их выполнения, а также инструментальные тезисы, представленные в виде рекомендаций и памяток, практических советов.

В пособии кратко изложены теоретические основы риторики, а также содержится практический блок к каждой теме дисциплины. Теоретический блок базируется на объединении научной и практической проблематики таких дисциплин, как социолингвистика, психолингвистика, культура речи, стилистика, психология, этика, логика. Задания для самостоятельной работы студентов по основным разделам дисциплины «Риторика» сопровождаются методическими рекомендациями по их выполнению.

Цель пособия – формирование языковой и коммуникативной компетенций, умения применять знания на практике в ситуациях профессионального общения с опорой на теоретические основы красноречия. Издание ориентировано на студентов направлений подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и 42.04.03 Журналистика. Адресовано также всем, чья профессиональная деятельность осуществляется в сфере коммуникации: менеджерам, маркетологам, специалистам в области рекламного дела и PR, бизнесменам. Учебно-методическое пособие может быть использовано как для аудиторных занятий, так и для самостоятельной работы.

УДК 808.5(072)  
ББК Ш7р30  
Н233

© Наливайко Ю.Ю., 2020  
© ГОУ ВПО «Донецкий  
национальный университет», 2020

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Предисловие.....	4
1.1. Тема 1. Из истории риторики.....	5
1.2. Практическое занятие № 1.....	11
2. Тема 2. Личностная парадигма оратора.....	13
2.1. Практическое занятие № 2.....	24
3. Тема 3. Основные особенности устного публичного выступления.....	28
3.1. Практическое занятие № 3.....	37
4. Тема 4. Портрет аудитории.....	39
4.1. Практическое занятие № 4.....	57
5. Правила-рекомендации подготовки и реализации текста при создании новостей на телевидении.....	62
6. Типология ошибок при реализации закадрового текста.....	65
7. Правила оформления реферата.....	67
7.1. Тематика рефератов.....	69
8. Вопросы к экзамену.....	71
9. Терминологический словарь.....	73
10. Приложение. Лучшие речи ораторов. Примеры текстов.....	94
10.1. Шесть заповедей Иосифа Бродского. «Всячески избегайте приписывать себе статус жертвы».....	94
10.2. Геттисбергская речь Линкольна.....	96
10.3. Речь Мартина Лютера Кинга «У меня есть мечта».....	96
10.4. Три речи Стива Джобса.....	100
11. Список литературы.....	104
11.1. Учебники и учебные пособия.....	104
11.2. Словари и справочники.....	104
11.3. Дополнительная литература.....	105
12. Заключение.....	107

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Новые экономические и социальные условия актуализировали необходимость совершенствования уровня коммуникативной компетентности. Высокая речевая культура специалистов и развитая экономика государства неотделимы друг от друга. Эффективная межличностная коммуникация очень важна и для успеха в управлении, так как, во-первых, решение многих управленческих задач строится на непосредственном взаимодействии людей в рамках различных ситуаций. Во-вторых, межличностная коммуникация является лучшим способом обсуждения и решения вопросов, характеризующихся неопределенностью и двусмысленностью.

Таким образом, актуальность курса «Риторика», направленного на развитие коммуникативной компетентности, то есть способности человека решать языковыми средствами те или иные коммуникативные задачи в разных сферах и ситуациях общения, очевидна и не вызывает сомнения.

Цель освоения дисциплины «Риторика» – развитие речевой компетенции студентов для эффективной коммуникации в устной форме общения при выполнении профессиональных обязанностей.

Каждая тема пособия включает в себя теоретический материал, подробное рассмотрение которого предполагается во время аудиторных занятий. Вопросы к каждой теме помогут подготовиться к семинарским занятиям.

Коммуникативная компетентность требует постоянных тренировок, направленных на развитие мастерства делового общения. Поэтому основная задача пособия – представить материал для практических занятий, на которых будут развиваться умения и приобретаться навыки эффективной коммуникации.

Пособие может быть использовано как студентами при изучении дисциплины «Риторика», так и теми, кто хочет овладеть мастерством общения самостоятельно.

## ТЕМА 1

### ИЗ ИСТОРИИ РИТОРИКИ

1. Слово риторика происходит от греческого *rhētorikē*, что в переводе означает «ораторское искусство».

Риторика – это наука об ораторском искусстве, о мастерстве публичного выступления перед аудиторией. Риторика призвана научить нас, как эффективно воздействовать при помощи своей речи на аудиторию, как достичь успеха, выступая публично.

В современных книгах термин «риторика» употребляется не только в указанном нами смысле – «мастерство публичного выступления».

Как справедливо отмечают в своей книге «Общая риторика» современный исследователь Г. М. Сагач, термин «риторика» «никогда в истории не отличался однозначным толкованием».

Основоположником риторики как науки считается великий древнегреческий философ Аристотель (384–322 гг. до н. э.). Его всемирно известный труд «Риторика» доминировал в европейской научной традиции вплоть до нового времени.

Аристотель разграничивал нетехнические способы убеждения («которые не нами изобретены») и технические («которые могут быть созданы нами с помощью метода и наших собственных средств»).

Под нетехническими способами убеждения Аристотель понимал фактически аргументы – свидетельства, письменные договоры, клятвы и даже показания, полученные под пыткой. Нетехнические способы – это рассуждения, заключения, логические выводы. Практически технические способы убеждения – это факты, а нетехнические – их преподнесение. Данное разграничение является для риторики весьма важным и плодотворным.

Аристотель определял риторику как «способность находить возможные способы убеждения относительно каждой данного предмета», как «общие принципы ведения спора». Таким образом, в понимании Аристотеля риторика есть искусство убеждать, спорить. И это попятно, потому что именно в Древней

Греции зародилось искусство спора и возникли первые школы риторики.

1.1. Так называемые софисты обучали приемам полемики, спора с целью победы в споре любой ценой. При этом они стремились именно одержать победу в споре, а не установить истину. Это приводило к сознательному использованию ошибочных или выдуманных положений, предположений и рассуждений. Знаменитым софистом был Горгий (5–4 в. до н.э.). Сократ, его ученик Платон, а также Аристотель выступали против софистов, обвиняя их в отсутствии заботы об истине, нравственности.

1.2. Сократ не оставил письменных трудов, и его идеи мы знаем только по работам Платона. Платон развивал дальше метод своего учителя. Он доказывал, что искусство убеждения должно строиться на принципах диалектики и психологии: надо доказывать истину с учетом психологических особенностей тех людей, которым ты эту истину пытаешься доказать.

Платон является основателем сократического или диалектического метода полемики – когда в диалоге сталкиваются противоположные мнения. Платон следующим образом понимал диалектический метод полемики: сопоставляя мнение с фактами и «твердыми свидетельствами», мы либо устанавливаем истину, либо видоизменяем мнение.

Концепция Аристотеля придала законченную форму античной риторике.

2. Свой немалый вклад в развитие риторики внесли ораторы и теоретики ораторского искусства Древнего Рима – Цицерон, Квинтиллиан и др. В Риме пышным цветом расцвело искусство публичного красноречия, и римские авторы обобщили ораторскую практику, сформулировав законы и правила ораторского искусства.

На исходе античности риторика превращается в нормативную дисциплину, риторике начинают повсеместно обучать.

Можно заметить двойственность риторики, которая изначально сопутствует ее развитию: риторика – и искусство спора, убеждения отдельного человека (диалог, спор, межличностное общение) и одновременно искусство убеждать людей, выступая перед ними публично, то есть искусство спорить и убеждать аудиторию.

Нетрудно заметить, что это, в общем, разные вещи: нельзя применять одни и те же приемы и обращаясь к одному собеседнику, и обращаясь к толпе. Но и то, и другое, начиная с аристотелевской традиции, называется риторикой. Эта двойственность понятия «риторика» дошла и до наших дней. Основание для этого есть, так как при убеждении отдельного человека и аудитории, мы можем найти много общих моментов; и то, и другое есть речевое воздействие на людей. Но к настоящему времени искусство спора, аргументации и искусство публичного выступления оформляются уже в две относительно самостоятельные науки, хотя, конечно, общие моменты у них сохраняются.

3. В средние века риторика была одной из самых популярных наук, она входила в число «избранных наук», овладеть которыми должен был каждый человек, претендовавший на звание образованного.

Но уже в XVIII веке риторика начинает восприниматься как схоластическая, ненужная наука, и к середине XIX века она фактически перестает существовать.

Каковы же причины этого?

Риторика как ораторское искусство испытала давление возникающего романтизма, который выступил против риторических схем, против логики, на которой была основана средневековая риторика. Логика начинает в эту пору восприниматься как схоластика, риторические приемы – как способ обмана слушателей, манипулирования ими. Те же причины обусловили и негативное отношение к риторике как искусству спорить.

Риторика до XVIII века была элитарной наукой, а демократизация культурной жизни общества никак не способствовала сохранению элитарных наук. Появляется идея равенства людей, что требует обращения равного к равному, а не высшего к низшему (оратора к толпе).

Ослабление позиций логики вело к тому, что логические приемы убеждения постепенно переставали действовать на людей – важнее стала апелляция к чувству, а не к логике. Это тоже «вбивало гвоздь в гроб» средневековой риторики. И она постепенно умерла. Девятнадцатый век – это век без риторики.

Однако в начале XX века происходит возрождение риторики. Причин тому

можно увидеть несколько.

Причины культурно-исторического характера: развитие свободы, демократии, появление идеи свободы личности, равенства людей потребовали науку, которая показала бы, как убеждать равного равному. Стало необходимым убеждать широкий круг лиц, неравных друг другу по уровню образования, культуры и т. д., но требующих равного отношения. Нужны были новые подходы, приемы.

Причины психологического характера: с конца девятнадцатого века меняется концепция человека в обществе. Если ранее считалось, что человек примитивен, ленив, ему нужен кнут и пряник, и этим можно обеспечить его адекватное «функционирование» в обществе, то теперь представление о человеке меняется. Развитие культуры, литературы и искусства, возникновение научной психологии – все это привело к смене концепции человека. Человек оказался сложным, разносторонним в психологическом плане, требующим дифференцированного подхода – словом, личностью. При этом личностью, как выяснилось, является каждый человек, а не только представители элиты, просвещенная часть общества, представители господствующих классов.

Кроме того, XX век – век персонификации личности, то есть век роста индивидуальной неповторимости личности, увеличения непохожести каждого отдельного человека на других. Увеличение непохожести людей друг на друга ведет к затруднениям в общении между ними, что и обуславливает потребность в науке об общении, в обучении общению.

Есть и чисто коммуникативные причины возникновения риторики в XX веке, то есть причины, связанные с развитием самого человеческого общения. Для нашего времени характерно резкое расширение сфер общения людей, увеличение числа ситуаций, в которых необходимо вступать в общение и убеждать друг друга – не только в суде и на дворянских собраниях. Расширяется само значение устной речи, она начинает выполнять все более разнообразные функции, играет все более существенную роль в обществе, что приводит к необходимости искать особые приемы в общении, уделять больше внимания разговорной речи.

Можно говорить и о своеобразных социально-политических причинах,

приведших к «возобновлению» риторики. Дело в том, что люди «внизу» получили определенные права, «работника стало невозможно полностью запугать». Работники перестали трепетать перед начальством, поскольку законы стали их защищать; профсоюзы, политические партии, различные общества стали выступать в защиту людей; права человека становятся постепенно важнейшей стороной общественной жизни развитых государств. Люди стали «оговариваться» – XX век стал «веком возражений». Людей стало нужно убеждать, причем всех (даже детей!). Убеждать необходимо в демократических государствах при выборах, в условиях политической жизни и борьбы – политикам надо учиться убеждать людей в своей правоте.

Есть и экономические причины, способствовавшие возрождению риторики: конкуренция, кризисы перепроизводства породили необходимость в науке о рекламе, «навязывании» товара, «завоевании» покупателей. Именно коммивояжеры были первыми, кто на себе осознал необходимость науки убеждать. Кроме того, XX век принес и изменения в отношении к труду – люди начинают больше ценить интересную работу, что требует от менеджеров и руководителей умело организовать мотивацию подчиненных к труду: надо стимулировать их, мотивировать, убеждать. В современном западном менеджменте в настоящее время господствует мнение, что совершенствование техники перестает давать ожидаемый экономический эффект, большой эффект дает совершенствование управления производством (это называется «тихой управленческой революцией»).

Все сказанное и обусловило возрождение риторики как науки и практики убеждающего речевого воздействия. Риторика возрождается именно как наука о речевом воздействии – как публичном, так и межличностном. Великий практик и основоположник практического обучения речевому воздействию американец Дейл Карнеги открыл свою первую школу, где он обучал общению, в 1912 г.

В середине XX века появляется еще одно направление риторики – так называемая филологическая риторика. Она возникла на базе развития такого лингвистического направления, как лингвистика текста, прагматика. Ее еще называют «новой риторикой». Она имеет мало общего с классической риторикой,

основывается на понятии текста и связана в основном с анализом текстов. В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» риторика определяется как «филологическая дисциплина, изучающая способы построения художественно выразительной речи, прежде всего поэтической и устной», а предметом риторики признается прозаическая «украшенная» речь и правила ее построения. В этом плане – «филологической риторики» – написана известная книга Ж. Дюбуа и др. «Общая риторика».

Существует в настоящее время и расширительное понимание риторики как науки о речи вообще: так, в одной из программ по риторике для средней школы (1987 г.) риторика определяется как учение об отборе содержания высказывания, его построении и особенностях языкового оформления в разных стилях и жанрах речи. В этом случае риторика выступает как наука об умении говорить «в разных стилях и жанрах», то есть как культура речи.

Особенностями современной риторики, риторики конца XX века, можно считать следующие моменты:

- 1) риторика существует как наука о речевом бездействии;
- 2) она выступает и как теоретическая, и как практическая наука;
- 3) она разделяется на две основные ветви: публичное речевое воздействие (ораторское искусство, мастерство публичного выступления) и межличностное речевое воздействие (искусство убеждать в диалоге, искусство добиваться коммуникативной цели в непосредственном межличностном общении);

- 4) риторика продолжает практические традиции классической риторики, но на новой основе: убеждение осуществляется преимущественно не логическими способами, а эмоционально-психологическими, с учетом особенностей собеседника и аудитории; при этом ставится задача не столько сформировать знание, сколько сформировать мнение.

Практическая риторика противостоит теоретической, а также межличностному речевому воздействию; последнее составляет в настоящее время особую науку.

Практическая риторика имеет следующую структуру:

1. Оратор и текст.

(Подготовка к выступлению, конспекты, сбор материала, план и т. д.).

## 2. Поведение оратора в аудитории.

(Выработка уверенности, личность оратора первое впечатление, реакция оратора на помехи, движение оратора в аудитории и др.).

## 3. Техника аргументации.

(Вступление, захват внимания, поддержание внимания, стратегии выступления, приемы аргументации, язык выступления, донесение главной мысли, регламент, завершение выступления, ответы на вопросы, особенности разных типов выступлений и др.).

## 4. Оратор и аудитория.

(Учет особенностей и интересов аудитории, эффективность публичного выступления).

# **Практическое занятие № 1**

## **Из истории ораторского искусства**

### **Темы для обсуждения**

#### 1. Риторика в Древней Греции.

1.1. Софистика. Идеи Сократа.

1.2. Диалоги Платона.

#### 2. Риторика в Древнем Риме.

2.1. Цицерон как ритор.

2.2. Обязанности оратора.

#### 3. Риторика в эпоху христианства. Гомилетика.

#### 4. Риторика в эпоху Средневековья и Возрождения.

#### 5. Развитие риторики в 16-20 веках.

#### 6. Красноречие в России и его традиции.

#### 7. Общая риторика и частная.

#### 8. Академическое красноречие.

#### 9. Социально-политическое красноречие.

#### 10. Риторика в 20-50-е годы 20 века в России.

#### 11. Неориторика.

### **Задания для самостоятельного выполнения:**

1. Подготовить темы для обсуждения, опираясь на материал лекции и дополнительную литературу.

2. Выполнить практические задания:

**1. В чем, по Вашему мнению, состоит польза для общества от риторической грамотности граждан? Изложите Вашу позицию в форме тезисов (для студентов специальности «Журналистика»).**

**2. Подберите несколько аргументов к следующим тезисам:**

- Курение вредит здоровью.
- Все должны заниматься спортом.
- Дети должны использовать опыт и знания родителей.
- Хорошо учиться необходимо для будущего.

**3. Подготовьте рекламу предмета «Риторика» (для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью»).**

Расскажите об этом предмете: почему он вам нравится, что нового Вы узнали при изучении этого предмета, какие навыки Вы выработали, выполняя практические задания по риторике, какие задачи для самосовершенствования Вы смогли сформулировать на будущее. Отметьте в своей рекламе, как Ваши друзья относятся к этому предмету.

**4. Лекция – это жанр информационный. Преподаватель вуза обычно хорошо владеет информацией. Почему же одних слушать легко, других - трудно, а третьих - вообще невозможно? Выскажите ваше мнение.**

**5. Работа над содержанием магистерской диссертации включает в себя определённые этапы. Расставьте номера перечисленных ниже этапов в порядке последовательности работы над текстом:**

- поиск публикаций по теме,
- анализ публикаций по теме,
- оформление выписок из конкретного источника с указанием страниц,
- составление плана работы,
- написание рабочего варианта,
- редактирование,

-окончательное оформление работы.

**6. Укажите значения следующих выражений, уточнив этимологию:**

потерпеть фиаско, идея фикс, ящик Пандоры, козел отпущения, между Сциллой и Харибдой, Париж стоит мессы.

**Объясните происхождение крылатых выражений и подберите к ним синонимы.**

**7. Установите соответствия между именами собственными, находящимися в левой графе таблицы, и их нарицательными значениями, приведёнными в правой графе.**

Янус	Честолюбец, добивающийся славы любым путем
Немезида	Жестокая, неумолимая сила, требующая человеческих жертв
Молох	Воплощение сурового, но справедливого возмездия
Герострат	Двуличный человек
Мегера	Злая, сварливая женщина

## ТЕМА 2

### ЛИЧНОСТНАЯ ПАРАДИГМА ОРАТОРА

1. Предмет и концепция речи.
2. Источники накопления информации.
3. Публичное общение.

1. Научившись выступать с публичными речами, овладев всеми премудростями риторики, человек может приобрести над аудиторией огромную власть. Всегда ли во благо он будет ее использовать? Вопрос ответственности оратора перед обществом издавна волновал риториков, побуждая к уточнению роли этики в ораторской практике. Вот, например, что пишет по этому поводу Цицерон: *«Часто подолгу размышлял я наедине с собой о том, добра ли более или зла принесло людям и государствам красноречие и глубокое изучение искусства слова. И в самом деле: когда задумаюсь о бедах, что терпит наша республика, и вспомню о несчастьях, что постигли самые цветущие города, везде вижу, что большею частью в бедах этих виновны люди речистые. Но когда, поверяя историей, восстанавливаю перед мысленным взором времена давно минувшие, вижу, как мудрость, а еще более — красноречие, основывают города, гасят войны, заключают длительные союзы и завязывают священную дружбу между народами. Так что по зрелом размышлении сам здравый смысл приводит меня к заключению, что мудрость без красноречия мало приносит пользы государству, но красноречие без мудрости зачастую бывает лишь пагубно и никогда не приносит пользы. Поэтому, если человек, забыв о мудрости и долге, отбросив и чувство чести и доблесть, станет заботиться лишь об изучении красноречия, такой гражданин не добьется ничего для себя, а для родины окажется вредоносным; если же вооружится он красноречием для того, чтобы защищать интересы государства, а не чтобы на них нападать, тогда станет полезен и себе, и своим близким, и разумным начинаниям в своем отечестве, и заслужит любовь сограждан».*

Этот аспект, на самом деле, чрезвычайно важен и потребовал описания личностной парадигмы оратора, в которой определялись бы основные

составляющие ораторской деятельности. Она включает **этос, логос и пафос** оратора. Таким образом, этос – это нравственная (этическая) основа речи; логос – это идея, содержательная (логическая) сторона речи; пафос – это средства воздействия на аудиторию (психологическая сторона речи).

Возвращаясь к рассуждению Цицерона, отметим, что из опасения обучить безнравственных людей способам воздействия на аудиторию, иногда призывают отказаться вообще от идеи преподавания риторики. С этим нельзя согласиться, потому что безнравственный оратор может ведь обучиться риторике и самостоятельно, а широкая аудитория в этом случае будет лишена возможности правильно оценить степень спекулятивности средств, применяемых говорящим. Наоборот, только широкое обучение риторике, воспитание сознательных слушателей может привести к нейтрализации безнравственных ораторов, к уменьшению степени их воздействия на аудиторию.

Таким образом, именно стремление к общему благу определяет оценку нравственно-ценностной ориентации оратора (этоса), которая проявляется во всем: в выборе темы речи, определении задачи общения, в предмете выступления, в отборе средств аргументации, в атмосфере встречи и т. п. Даже употребление приемов, которые логика считает софизмами, как мы увидим дальше, может принимать как спекулятивную, так и допустимую форму в зависимости от нравственной ориентации оратора. Через этос осуществляется воздействие внутреннего мира говорящего на внутренний мир слушателей.

### **Предмет и концепция речи**

Нам предстоит выступить на собрании, совещании, митинге... С чего начать? Порочная практика, утвердившаяся в нашем обществе, свидетельствует: человек, решивший или получивший задание выступить, прежде всего бросается читать литературу, причем предпочтение отдает научно-популярным изданиям и периодике. Затем из прочитанного отбираются наиболее интересные и важные, с точки зрения будущего оратора, отрывки, и из них составляется текст предполагаемого выступления. Классический пример такого подхода к подготовке доклада видим в романе В. Дудинцева «Белые одежды»:

*«Василий Степанович разложил на койке и стульях стенограмму августовской сессии и журналы со статьями академиков Лысенко и Рядно и довольно ловко принялся монтировать общую часть. У него уже были заложены бумажками и даже пронумерованы самые энергичные места в речах участников сессии. «Товарищи! — написал он в начале. — Как сказал наш академик-президент Трофим Денисович Лысенко, история биологии — это арена идеологической борьбы. Два мира, — учит он, — это две идеологии в биологии. Столкновение материалистического и идеалистического мировоззрения в биологической науке имело место на протяжении всей истории. Особенно же резко эти направления определились в эпоху борьбы двух миров». Часам к двум ночи доклад был готов».*

Чем может закончиться такое создание речи видно из того же романа: *«Ректор показался над трибуной, разложил бумаги. «Товарищи! — глуховатым голосом начал он, глядя в текст. — История биологии — это арена идеологической борьбы. Это слова нашего выдающегося президента Трофима Денисовича Лысенко. Два мира — это две идеологии в биологии. На протяжении всей истории биологической науки сталкивались на этом поле материалистическое и идеалистическое мировоззрения...» Федор Иванович радостно поднял брови. Похоже, что ректор составлял свой доклад таким же способом, как и они с Цвяхом. И по тем же источникам. Василий Степанович в президиуме оторопело смотрел на докладчика, тер затылок...».*

Что же нужно делать, чтобы не оказаться в положении персонажа этого романа? Прежде всего в рамках общей темы собрания или ситуации, в которой предстоит выступать, начинаем **определять предмет и концепцию своего выступления.**

Если, например, на профсоюзном собрании университета речь ваша будет иметь такой вид: *«Библиотека открывается поздно, поэтому студентам второй смены неудобно ею пользоваться. В столовой стали невкусно и однообразно готовить. А сторожа вообще давно пора уволить: по утрам аудитории закрыты и ключей не найдешь»*, то ясно, что она не достигнет цели: простое перечисление проблем не дает никакого эффекта. Чтобы этого не случилось,

нужно строго соблюдать определенную последовательность процедур создания замысла речи.

Процесс создания речи начинается с вопросов, которые оратор задает себе с тем, чтобы определить **1) интересы аудитории** и **2) интересы и возможности оратора**. На пересечении этих двух линий и в рамках ситуации будет находиться предмет будущего выступления. (Что более актуально для университета: улучшить работу библиотеки, навести порядок в столовой, решить проблему с ключами? Что из этого больше всего волнует меня? В чем я в наибольшей степени смогу помочь разобраться аудитории?)

Вот, например, как советует уточнять предмет речи Д. Карнеги: *«Задавайте самому себе всевозможные вопросы по данному поводу. Если, например, вам предстоит говорить о разводе, спросите себя, что является причиной развода? Каковы его экономические и социальные последствия? Как можно бороться с этим злом? Следует ли нам иметь единообразные законы о разводе? Почему? Нужны ли вообще законы о разводе? Следует ли исключить возможность развода? Или затруднить его? Или облегчить?»*. Предположим, вам нужно высказаться о том, почему вы изучаете ораторское искусство. В этом случае следует задать себе такие вопросы. *В чем мои трудности? Чего я рассчитываю достичь? Приходилось ли мне говорить публично? Когда именно? Где? Как это было? Почему я думаю, что эти занятия полезны для делового человека? Знаю ли я мужчин и женщин, которые продвигаются в коммерческой или политической сфере главным образом благодаря уверенности в себе, самообладанию, способности говорить убедительно? Знаю ли я других людей, которые, вероятно, никогда не достигнут существенных успехов из-за отсутствия этих важных качеств? Будьте искренни»*.

Постановка таких вопросов помогает выявить проблему, подлежащую обсуждению в речи. Если проблема выделена правильно, последующий ход изобретения будет ясным и органичным; если она поставлена неправильно или неопределенно, разработка аргументации осложнится, а выступление утратит убедительность.

Таким образом, изучив со всех сторон предполагаемую проблему, **выбираем** в ее рамках предмет будущей речи – **конкретный фрагмент, подлежащий обсуждению**. Так если предполагается рассмотреть проблему возрождения детских политических и общественных организаций, то предметом речи могут оказаться формы работы современных организаций, скаутское движение в России, неполитические объединения детей в нашем городе и т. п. Затем исследуем себя, свое отношение к предполагаемому предмету речи, ищем ответы на поставленные вопросы, вырабатываем свою позицию. Вполне возможно, что в дальнейшем в процессе работы позиция будет уточняться, но всякие изменения должны быть вызваны убедительными аргументами и новыми сведениями, а не красивыми словами первого попавшегося оппонента. Без этого шага не может быть полноценной и работа с литературой, поскольку здесь будущий оратор должен не просто позаимствовать подвернувшуюся теорию, а сознательно отобрать то, что отвечает его мировоззрению, его взглядам, его позиции. Определить собственную позицию, прежде чем начать читать литературу, очень важно, поскольку это помогает отличить случайные, второстепенные мысли от концептуальных положений. **Важно развивать в себе критическое отношение к прочитанному, а не воспринимать текст любой брошюры как истину в последней инстанции**. Некритическое использование нескольких источников приводит к эклектичности позиции будущего оратора, не способного соотнести прочитанное со своим взглядом на проблему.

## **2. Источники накопления информации**

Теперь можно сделать следующий шаг и подумать об источниках накопления информации. Они в основном зависят от характера предмета речи. Конечно, чаще всего необходимо использовать несколько источников. Поэтому следует подумать: что нужно знать, чтобы раскрыть тему? Что потребуется сделать, чтобы получить необходимые сведения? Какие источники информации окажутся наиболее важными?

1. Если предмет речи касается личного опыта, взаимоотношений с близкими людьми и т. п., то главным источником накопления информации могут стать размышления и наблюдения оратора. Что будет приятно услышать коллеге в день

его юбилея именно от вас? Каковы ваши предложения по совершенствованию учебного процесса в институте? Ответы на эти и подобные вопросы оратор должен найти, самостоятельно размышляя над темой. Вместе с тем собственные размышления и наблюдения должны присутствовать в разработке любой речи. Конечно, подчас трудно бывает отличить исключительно собственные выводы человека от мнений, возникших под влиянием других источников, но главное, чтобы это были выводы, искренне принимаемые будущим оратором.

2. Если проблема затрагивает большое количество людей или касается структур, к которым вы лично не имеете отношения, основным источником накопления информации могут стать беседы с другими людьми. Так, если оратор решил выступить на собрании по поводу плохой работы библиотеки, то прежде чем огульно критиковать все подряд, необходимо побеседовать с работниками, познакомиться с особенностями их труда и сложностями в организации обслуживания читателей.

3. Во всех случаях, когда речь не идет о простом и хорошо знакомом оратору предмете, необходимо обратиться к изучению литературы.

Изучение литературы лучше всего начинать с **составления библиографии**. После того, как список литературы составлен, приступаем к чтению, причем преимущество отдаем самым свежим изданиям, а из ранних отбираем наиболее авторитетные, основательные или оригинальные работы. При этом нужно стремиться опираться на фундаментальные философские труды, определить методологию своей концепции.

Знакомясь с литературой, помните, что прочитать нужно гораздо больше того, что войдет потом в вашу речь. Вы должны быть уверены, что основательно познакомились с проблемой и отобрали действительно важные, основополагающие мысли, а не случайно подвернувшиеся под руку отрывки. При этом очень важно, чтобы принимая позицию того или иного автора, мы руководствовались не тем, насколько ярко, эмоционально, убежденно излагается в книге материал, а тем, соответствует ли концепция автора нашим взглядам и убеждениям, стоим ли мы с ним на одной научной, нравственной, культурной позиции, т. е. отбор союзников нужно вести с позиции общности этоса, а не

пафоса. Процесс накопления информации должен закончиться полным и всесторонним знанием о будущем предмете речи. Из этого вытекает необходимость знакомиться не только с теми материалами, которые отвечают точке зрения оратора, но и с теми, которые этой точке зрения противоречат. В серьезном выступлении нельзя не указать другие мнения по рассматриваемому вопросу. Если в письменных жанрах отсутствие критического осмысления разных позиций может пройти незамеченным, то, выступая на публике, оратор рискует получить в свой адрес неприятные вопросы или подвергнуться неожиданной для него критике. Поэтому подробное знакомство со всеми мнениями — обязательный элемент работы над речью. В текст речи можно вставить либо прямой спор с оппонентом, либо замечания, которые предвосхитили бы критику в ваш адрес.

Конечно, описанная здесь программа работы над концепцией, ориентирована на создание лекции, доклада, серьезного выступления. Но и в случае подготовки небольшой речи важно помнить об этих советах, потому что путь все равно должен быть пройден полностью, хотя, может быть, и с усечением некоторых элементов, с упрощением отдельных процедур.

### **3. Публичное общение**

Общение по своей сути предполагает не обмен монологами, а диалог, поскольку каждый его участник стремится не только выразить свои мысли, чувства или волю, но и получить ответ на свою речь. В связи с этим общение происходит с помощью высказываний, ориентированных партнерами друг на друга.

Диалог, лежащий в основе любого общения, естественно, остается очень важной его составляющей и в публичной сфере. Однако характер этого диалога, формы, в которых он реализуется в этой сфере, имеют свои особенности, которые определяются той или иной конкретной ситуацией общения.

Публичное общение предполагает, что его участниками становятся не один и не два-три, а много людей. Это сказывается

- на выборе тем для общения: это должны быть общественно значимые проблемы;

- на характере раскрытия этих тем: они должны рассматриваться, исходя из идеи общественного блага;
- на речевых формах (жанрах): это выступления на многолюдных собраниях, съездах, митингах, в СМИ и т.д.;
- на речевом оформлении высказываний: они должны быть интересны, доступны и понятны всем;
- на той ответственности за речь, которая появляется у оратора.

Главная цель публичной речи – объединение оратора и аудитории для решения каких-либо общественно значимых проблем. В связи с этим особенности речи проявляются прежде всего в характере преподнесения информации.

Любое риторическое вступление должно обладать новизной. В основе новизны может быть сама информация или способ ее преподнесения. Информацией называют сведения, являющиеся объектом хранения, переработки и передачи. Подчеркнем, что в риторическом тексте информацией факты являются не сами по себе, а только в качестве объекта соответствующей деятельности. Общепринятым считается деление информации на **логическую**, имеющую объективный характер, и **эмоционально-оценочную**, выражающую преимущественно субъективные смыслы, оценки и отношения, но чаще всего эти виды информации переплетаются друг с другом. Так, информация может

- содержать сообщения о фактах, событиях, процессах;
- раскрывать авторское понимание отношений между этими явлениями, фактами, событиями;
- обнаруживать скрытый смысл, извлекаемый из описания фактов, явлений, событий.

В связи с этим для публичной речи очень важно умение говорить просто и доступно о сложных вещах.

Специфика публичного общения предполагает в процессе передачи этой информации непосредственный контакт оратора со слушателями, обращенность к конкретной аудитории, учет обстановки, сочетание словесных средств с несловесными, прямое воздействие на аудиторию. Эти задачи оратор решает главным образом через организацию различных форм диалога со слушателями:

- собственно диалога;
- различного рода обращений к аудитории в начале и по ходу речи;
- обращения к авторитету слушателей;
- использование риторических вопросов и восклицаний;
- введение цитат, афоризмов, пословиц и поговорок, предполагающих «разноголосье» в поддержку позиции оратора;
  - искреннее выражение оценки того или иного факта и ожидание ответного сопереживания от слушателей;
  - драматизацию изложения, сопоставление всех «за» и «против» при решении поставленного вопроса и т.д.

Публичное общение предполагает также еще одну специфическую форму диалогизации речи – ее полемичность. Различают два вида полемичности: скрытую, внутреннюю, и открытую, внешнюю. Первый вид полемичности проявляется практически во всех речах, поскольку оратору приходится убеждать аудиторию в своей правоте, не называя возможных несогласных слушателей или оппонентов. Открытая полемичность проявляется тогда, когда оратор, стремясь выразить свои взгляды, опровергает идеи конкретных оппонентов, цитируя их реальные или воображаемые речи.

Полемичность связана и с другим эффективным приемом диалогизации речи – адресацией информации. В ситуациях, когда необходимо прямое воздействие на адресата (приветствие собравшимся, агитационная речь, митинговая, аргументирующая согласие или несогласие с конкретным выступающим и т.д.), важно следовать правилу **«говорить не им, а с ними»**, тем самым удовлетворяя потребность слушателей в положительных стимулах во время речи, проявляя к ним максимум уважения и внимания. Однако при адресации речи важно не нарушать **этические нормы**: доброжелательность, уважительность, искренность, правдивость и т.д. Например, излишняя настойчивость, переходящая в навязчивость при агитации; чрезмерно заостренная критика в адрес оппонентов или «переход на личности»; выступление не по делу или неподготовленное; использование «непарламентских выражений» – это все

проявления неуважения не только к адресату и присутствующим, но, прежде всего к самому себе.

Основная часть приемов диалогизации базируется на такой специфической черте ораторской речи, как ее **устность**. Устная форма речи накладывает отпечаток на более простое построение фраз или деление их на удобные для восприятия на слух смысловые отрезки небольшой длины. Устность речи проявляется и в подчеркнутой разговорности речи, в свойственных ей интонациях, в подборе слов и выражений, в постоянном общении с аудиторией, с обращением к ней, к жизненному опыту находящихся в ней людей и т.д. Кроме того, устный текст - более личностный, в нем ярче проявляется личная позиция самого автора (но еще более ярко – ее отсутствие или сомнения, неуверенность по поводу того, в чем он стремится убедить публику).

Одно из наиболее ярких отличий устной речи – обязательное наличие невербальных (несловесных) средств коммуникации. Практически все ученые, занимающиеся изучением речи, утверждают, что от 50 до 70% воспринимаемой в процессе слушания информации передается с помощью невербальных средств: жестов, мимики, телодвижений, взгляда, интонации.

В результате мы слышим «живую» речь, цель которой – заинтересовать аудиторию, подготовить к восприятию, привлечь внимание к обсуждаемой проблеме, показать ее важность и актуальность, в конце концов, заинтересовать личностью самого выступающего.

Принципы, которые лежат в основе правил общения, находят отражение в выделенных А.К. Михальской законах риторики.

Это **закон диалогизации речи**, который должен проявляться даже в монологе (в виде частых обращений к публике, использования вопросно-ответных единств, ссылок на предыдущие выступления, на возможную реакцию слушателей на свои слова и т.д.).

Это **закон близости содержания речи интересам и жизни адресата** (использование примеров из жизни данного человека или его родственников или знакомых, из жизни данного города или района, обращение к непосредственному опыту адресата и т.д.).

Это **закон конкретности речи** (в ней обязательно должны быть примеры, использоваться конкретные образы и пр.).

Это **закон движения** от начала речи к ее концу со сменой тем или рассмотрением одной темы в ее различных аспектах – главное, чтобы не было «стояния на месте», а обязательно складывалось ощущение неуклонного продвижения к цели.

Это **закон эмоциональности**, основанный на том, что только субъективно пережитое, прочувствованное можно убедительно сообщить, не оставив слушателя равнодушным.

Это **закон эстетического удовольствия**, который гласит, что эффективная речь возможна только тогда, когда говорящий хочет доставить радость слушателю, стремится сделать речь красивой, а общение в целом - приятным.

Все эти законы и рекомендации не противоречат друг другу, но помогают понять правила публичного общения по различным его компонентам.

Таким образом, особенности публичного речевого общения соответствуют основным функциям и законам общения, но предъявляют повышенные требования ко всем его участникам.

## **Практическое занятие № 2**

### **Темы для обсуждения**

1. Предмет и концепция речи.
2. Источники накопления информации.
3. Публичное общение.

### **Задания для самостоятельного выполнения:**

1. Подготовить темы для обсуждения, опираясь на материал лекции и дополнительную литературу.
2. Выполнить практические задания:

**Задание 1. Выясните значение наиболее распространённых иностранных слов и выражений, встречающихся в литературе в оригинальном написании.**

*Ab ovo (лат.)*

*Ab ovo usque ad mala*

*Ad hominem* (лат.)

*Argumentum ad hominem*

*Ad libitum* (лат.)

*A la* (фр.)

*A la guerre comme a la guerre* (фр.)

*Alter ego* (лат.)

*Amicus Plato, sed magis amica (est) veritas* (лат.)

*Ars longa, vita brevis* (лат.)

*Au naturel* (фр.)

*Aut Caesar, aut nihil* (лат.)

*Beau monde* (фр.)

*Bel esprit* (фр.)

*Bon mot* (фр.)

*Bon ton* (фр.)

**Задание 2. Расположите слова в порядке усиления воздействующего потенциала:**

1) аромат, запах, благоухание, благовоние (книжное), амбре (устарелое), фимиам (устарелое, поэтическое);

2) доносчик, осведомитель, ябедник, стукач (просторечное), ябеда, наушник, фискал (разговорное);

3) маленький, небольшой, мелкий, миниатюрный, карликовый, кукольный, малюсенький (разговорное), махонький (просторечное), с булавочную головку, микроскопический;

4) тунеядец, паразит, чужеспинник (просторечное), трутень, дармоед (разговорное), захребетник;

5) разгласить, разболтать, выболтать, раззвонить во все колокола (просторечное), расславить, разнести, протрубить (разговорное), раструбить, раззвонить, растрезвонить, растрепать, трепануться (просторечное);

6) тихоня, телок (разговорное), овечка, теленок, божья коровка, паинька (разговорное ироничное), смиренник (устаревшее, теперь ироничное);

7) старый, дед, старик, дедушка (разговорное), дедок (просторечное), старец (книжное), старинушка (народно-поэтическое), старикан (разговорное шутивное), старикашка (уничжительное), старче (устаревшее), старый хрен (просторечное бранное), старая песочница (просторечное шутивное).

**Задание 3. Возьмите какое-нибудь предложение (например: Машина ехала по дороге) и передайте его смысл другими словами. Придумайте наибольшее количество подобных выражений.**

### ТЕМА 3

## ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УСТНОГО ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

1. Публичная речь в современном мире.
2. Сособы речевого воздействия на личность.
3. Трудности публичного выступления.
4. Общие требования к публичному выступлению.
5. Позиции оратора в ходе публичного выступления.
6. «Противостояние» слушателей и оратора.

### 1. Публичная речь в современном мире

Наблюдается устойчивая тенденция к постоянному возрастанию роли публичной речи в современном обществе. С чем это связано?

Во-первых, все большую роль в современном обществе начинает играть личный фактор – обаяние, привлекательность, убедительность человека в общении. Ораторское искусство – важнейший компонент личного обаяния человека, особенно если человек занимает или претендует на какой-либо пост, положение в обществе, место в социальной иерархии.

Во-вторых, в современном обществе формируется особый социально-психологический стереотип – доверие к слову. Людям, высказывания и речь которых внешне правильные точки зрения языка и приятны для собеседников, доверяют, считают высказываемые ими мысли правильными, истинными.

В-третьих, возрастание роли публичной речи в обществе обусловлено развитием в обществе плюрализма и демократии. Известный американский специалист по ораторскому искусству **Поль Сопер** писал в своей знаменитой книге «Основы искусства речи»: *«Способ убеждения у свободного народа заменяет деспотическое принуждение. Он успешен не только потому, что мешок овса впереди мула лучше, чем кнут сзади. Он сопровождается успехом и потому, что большинство людей, не в пример мулам, способно внять убедительной речи всякий раз, когда она прозвучит».*

## **Почему устное выступление эффективнее письменного?**

Существует целый ряд причин, в силу которых эффективность устного выступления, как правило, оказывается значительно выше, чем если бы данный текст распространялся среди аудитории письменно.

Каковы же эти причины?

Устное выступление – наиболее древний, а значит наиболее освоенный человечеством вид речи, наиболее привычный для человека и наименее трудоемкий для него.

Устная речь имеет богатый арсенал коммуникативных средств – мимика, жесты, позы, интонация. Как отмечал Б. Шоу, есть 50 способов сказать «да» и «нет» и только один способ их написать. Гораздо легче в устной речи передать эмоцию, эмоциональное состояние говорящего.

Устная речь – способ общения, которым всегда владеет весь народ, включая маленьких детей; письменной же речью владеют не все.

В условиях устной речи дополнительным воздействующим фактором является сама личность оратора, его внешность, эмоциональность, убежденность.

В устной речи допускается многочисленное дублирование, повторы мысли, что усиливает ее воздействующую силу, облегчает понимание.

В условиях устного выступления творящий, как правило, имеет обратную связь со слушателями, может учесть их реакцию и изменить свою речь так, чтобы достичь максимальной эффективности в данных конкретных условиях.

В условиях устного выступления обычно есть четкий адресат выступления, что позволяет ориентировать выступление на конкретные интересы и особенности аудитории.

Устное выступление оперативнее письменного, оно может быть быстрее подготовлено, а его реализация чаще всего занимает меньше времени.

Устное выступление характеризуется, наконец, простотой реализации по сравнению с письменным – не нужны материальные затраты, специальные средства размножения и т. д.

## **2. Способы речевого воздействия на личность**

Общаясь с людьми, человек постоянно осуществляет речевое воздействие

на них – он чего-то от них требует, просит, спрашивает совета, в чем-то убеждает, побуждает к действию, пытается изменить их поведение и т. д. Все способы речевого воздействия на личность могут быть подразделены на три вида: убеждение, внушение и принуждение.

Убеждение как форма речевого воздействия есть изменение точки зрения собеседника путем приведения аргументов. При этом аргументы могут быть как логическими, так и психологическими, эмоциональными.

Внушение как форма речевого воздействия, именуемая также суггестией, есть форма речевого воздействия на человека без аргументов, доказательств. Важнейшая характерная черта внушения заключается в том, что внушаемый прямо заимствует чужое мнение, воспринимает его некритически. Условия для этого создает внушающий.

Внушение может осуществляться за счет давления престижа («Сталин всегда прав»), эмоционального давления говорящего (особенно подвержены эмоциональному внушению дети и женщины), за счет соответствия мнения ожиданиям. Последний Способ может быть проиллюстрирован диалогом **Балаганова и Паниковского из «Золотого тельника» И. Ильфа и Е. Петрова.** *Паниковский предлагает Балаганову украсть гири у Корейко, утверждая, что они золотые:*

*– А вдруг они не золотые? – спросил любимый сын лейтенанта Шмидта, которому очень хотелось, чтобы Паниковский возможно скорее развеял его сомнения.*

*– А какие же они, по-вашему? – иронически спросил нарушитель конвенции.*

*– Да, – сказал Балаганов, моргая рыжими ресницами, – теперь мне ясно. Смотрите, пожалуйста, старик – и все раскрыл!*

Внушаемы и могут внушать практически все люди, хотя и в разной степени. Внушаемость зависит от ряда причин; в некоторых случаях она может существенно повышаться – например, в условиях напряженного бодрствования; при переходе от сна к бодрствованию и наоборот; в новом коллективе (ср. – новичков всегда разыгрывают); в критических ситуациях; в состоянии эмоционального напряжения; при длительной болезни; в толпе и в нек. Др.

случаях.

Разграничивают две основные формы проявления внушаемости – **подражание** (сознательная имитация) и **заражение** (бессознательная имитация, стихийная ориентация на действия или мнения собеседника). Подражание лежит в основе моды. Заражение лежит в основе массовых эмоциональных состояний, паники. Заражению особенно подвержены неразвитые личности и дети.

**Принуждение** как форма речевого воздействия есть способ заставить человека поступить вопреки его желанию под угрозой неблагоприятных для него, последствий. Механизм принуждения может быть чисто речевым (угрозы, запугивания), а может включать и неречевые элементы. Как говорил известный американский гангстер Эль Капоне, «при помощи доброго слова и револьвера можно достичь гораздо большего, чем только при помощи доброго слова». И ведь он прав!

Публичное выступление из перечисленных форм речевого воздействия должно использовать убеждение и внушение. Принуждение должно быть исключено даже из организационной стороны выступления. Рольф Эмерсон, американский поэт, критик и философ, писал в XIX веке: «Подлинное красноречие не нуждается ни в колокольном звоне, чтобы созывать народ, ни в полиции, чтобы поддерживать порядок».

### **3. Трудности публичного выступления**

Американский специалист в области ораторского искусства Ф. Снелл указывал на следующие трудности для оратора:

- нельзя прервать выступление, когда хочется;
- нельзя рассчитывать на собеседников, успех зависит только от вас;
- трудно понять отношение аудитории к себе;
- слушатели сопоставляют вас с образцовыми ораторами, в т. ч. и на ТВ;
- нельзя вести себя свободно, так, как хочется;
- по вашему выступлению о вас составят мнение, которое будет трудно изменить.

Ф. Снелл дает совет: «Слово находится с вами постоянно. Оно – прекрасная ежеминутная реклама вас и вашей работы. Не потеряйте шанс!»

### **4. Общие требования к публичному выступлению**

Разумеется, ораторские выступления существенно различаются по теме, жанру, они зависят от того, перед кем вы выступаете, но можно определить некоторые самые общие требования к публичному выступлению, которые необходимо соблюдать вне зависимости от жанра, темы и аудитории (хотя, конечно, кое-какие коррективы все равно придется вносить). Общие требования к публичному выступлению отражают опыт эффективных выступлений, а также ожидания аудитории, ее пожелания к оратору.

Основными требованиями к публичному выступлению являются следующие.

### **1. Понятность главной мысли, доступность изложения.**

Поль Сопер высказал следующую мысль: «Непонятна обычно не тема, а изложение». В большинстве случаев это оказывается именно так. Для того, чтобы главная мысль была понятной, необходимо, во-первых, ее иметь, то есть надо твердо знать, что ты хочешь сказать; во-вторых, необходимо приложить максимум усилий (используя специальные приемы; о которых речь пойдет ниже), чтобы мысль эта стала доступной слушателям. В результате выступления аудитория должна быть в состоянии ответить и сформулировать словами: что же он, оратор, хотел сказать?

### **2. Решительное начало и решительный конец.**

Как начало, так и конец должны быть краткими, ясными, понятными и заранее продуманными.

### **3. Краткость.**

Крайне важно соблюдать отведенный регламент, уложиться в отведенное время и даже чуть-чуть сэкономить его. Оратор, который закончил на 1–2 минуты раньше объявленного времени, всегда повышает свой рейтинг у аудитории. Краткие выступления рассматриваются в большинстве аудиторий как более умные, правильные, содержащие истинную информацию.

Хороший совет на эту тему дал своему сыну Франклин Делано Рузвельт. Объясняя ему, как надо выступать публично, Ф. Рузвельт дал ему три совета: «Будь искренен, будь краток, садись».

### **4. Разговорность.**

Выступление должно выглядеть как откровенный разговор с аудиторией, оно должно носить характер беседы. Поль Сопер писал: «Публичная речь должна обладать качествами хорошего собеседования с некоторыми поправками в отношении голоса, манер и темы для полного соответствия с обстановкой выступления». Эта же идея выражена и **Д. Карнеги**: *«Хорошее выступление – это прежде всего разговорный тон и непосредственность, несколько акцентированные. Говорите на заседании объединенного благотворительного фонда так же, как если бы вы разговаривали с Джоном Генри Смитом. Ведь члены фонда – не что иное, как сумма Джонов Генри Смитов»*. Разговорность ораторского выступления существенно повышает доверие к оратору, а значит – и к содержанию его речи.

#### **5. Сдержанная эмоциональность.**

Эмоциональность – обязательное требование к публичному выступлению, абсолютно необходимый его элемент. Однако эмоциональность должна быть именно сдержанной, не должна выходить за пределы, а рамках которых она остается приятной для слушателей и оказывает положительное воздействие на восприятие информации. Нельзя не согласиться с П. Сопером, который писал, что слушатель испытывает чувство неловкости при виде эмоционального разгула оратора. Вспомним знаменитое: «Александр Македонский, конечно, великий человек, но зачем стулья ломать?» В связи с этим предпочтительнее обращаться к фактам, вызывающим эмоции, нежели к самим эмоциям.

#### **6. Выраженная потребность донести мысль до людей.**

Нужно не только иметь, **что** сказать, но и иметь потребность это **выразить и сообщить** об этом другим. Слушатели должны видеть, что все это говорится именно для них, что именно они важны для оратора и оратору хочется, чтобы именно они узнали о том, что он им сообщает. Это качество публичного выступления можно назвать «обращенностью оратора к аудитории» – без такой обращенности выступление воспринимается и усваивается неизмеримо хуже. Искренность, потребность высказаться перед данной аудиторией должна быть видна, должна ощущаться на протяжении всего выступления.

#### **7. Установление контакта с аудиторией.**

Само собой разумеется, что данное требование относится к числу важнейших. Что значит «установить контакт»? Е. А. Юнина, Г. М. Сагач полагают, что контакт оратора с аудиторией предполагает: 1) корректировку речи по ее ходу, 2) управление поведением аудитории, 3) управление собственным поведением. Контакт с аудиторией может установиться на сразу, его установление может потребовать некоторого времени и специальных усилий, приемов. Отметим лишь, что если оратор соблюдает предыдущие шесть требований к публичному выступлению, то контакт с аудиторией, как правило, устанавливается.

## **5. Позиции оратора в ходе публичного выступления**

В процессе выступления каждый оратор занимает определенную коммуникативную позицию, выступает в определенной роли, которую он сам на себя принимает. Таких коммуникативных позиций можно выделить довольно много, назовем лишь наиболее типичные и часто используемые.

### **1. Позиция информатора.**

Такая позиция предполагает чистое изложение некоторого материала, сопровождающееся предупреждением о возможных ошибках в понимании. С этой позиции обычно излагается инструктивная или директивная информация.

### **2. Позиция комментатора.**

Эту позицию обычно занимают, если аудитория основное знает и ждет дополнительных сведений и личных оценок.

### **3. Позиция собеседника.**

Эта позиция предполагает, что оратор разделяет интересы и заботы аудитории, выступает «на равных». Данная позиция предполагает, что оратор обращается к аудитории с просьбой высказать свое мнение, широко использует вопросы.

### **4. Позиция советчика.**

Позицию советчика обычно занимают, если слушатели хорошо подготовлены в базовой области. Оратор в таком случае лишь как бы «расставляет акценты».

### **5. Позиция эмоционального лидера.**

Эту позицию занимают в том случае, если в аудитории приподнятое настроение, если самого оратора хорошо знают и ждут с интересом и нетерпением. В позиции эмоционального лидера оратор чувствует себя достаточно свободно, допустимы импровизированные отступления от темы.

Есть и позиции, которых рекомендуется избегать. К таким, прежде всего, относятся *позиция наставника* (оратор нравоучителен, категоричен); *позиция трибуна* (преувеличенный пафос), *позиция просителя* («потерпите, я скоро закончу»).

Необходимо иметь в виду, что только выступления, длящиеся не более одной минуты, можно проводить с одной позиции; подавляющее большинство выступлений следует проводить, занимая поочередно разные позиции по ходу выступления. Важно продумать перед выступлением, какие позиции вы будете занимать, излагая материал.

#### **6. «Противостояние» слушателей и оратора**

Любой оратор знает, что внимание и доверие аудитории необходимо завоевать. Почему аудитория не ждет любого оратора с распростертыми объятиями? Почему аудиторию, как правило, необходимо «расшевелить», достучаться до нее? Тому есть ряд причин, основные из которых следующие.

Во-первых, аудитория инерционна. Будучи собрана вместе, аудитория уже имеет, как правило, определенное мнение, чем и определяется часто ее некоторый изначальный скептицизм по отношению к оратору – «ну что он может нам рассказать?» Конечно, часть аудитории может быть активно заинтересована в получении информации, однако исследования показывают, что таких людей в среднестатистической аудитории обычно около 30%; примерно 60% не имеют мотивации и их надо заинтересовать, а 10% обычно вообще «пробить» не удается, это негативная аудитория, которой ничего не будет интересно или полезно из услышанного (в силу разных причин). Таким образом, основная часть аудитории инерционна, что создает эффект пассивного сопротивления аудитории оратору.

Во-вторых, аудитория склонна сопротивляться тому воздействию, которое пытается оказать на нее оратор, в силу стремления каждой личности противостоять внушению. Тенденцию к такому противостоянию раскрыл Б. Ф.

Поршневу в своей книге «Социальная психология и история».

*«Всякий говорящий внушает»,* писал Б. Ф. Поршневу, слушающий же как личность борется против внушения, так как не хочет подчиняться чужому влиянию, не хочет «подпадать под обаяние» оратора, хочет сохранить свою независимость в суждениях, мнениях, эмоциональной сфере. Внушение, как мы уже писали, психологи называют суггестией; борьба же с внушением оратора со стороны его слушателей, по Б. Ф. Поршневу, – «контрсуггестия».

Б. Ф. Поршневу пишет: *«Если налицо полное и безоговорочное доверие.., то человеческие слова у слушающего вызывают с полной необходимостью те самые представления, образы и ощущения, которые имеет в виду говорящий, а полная ясность и безоговорочность этих вызванных представлений с той же необходимостью требует действий, как будто эти представления были получены прямым наблюдением или познанием, а не посредством другого лица».*

Прямое внушение опасно – оно может привести человека к несвойственным, чуждым ему мыслям и поступкам, сделать орудием того, кто владеет этим оружием. Защищаясь, человек «отпускает» другим доверие очень осторожно. Поэтому, хотя всякий говорящий внушает, однако далеко не всякое словесное внушение приемлется как таковое, ибо в подавляющем большинстве случаев налицо и встречная психологическая активность – контрсуггестия» Контрсуггестия, таким образом, представляет собой как бы проявление инстинкта самосохранения, проявление самозащиты, стремление сохранить статус-кво личности, не допустить чужого влияния на свое мнение.

Выделяются три самых распространенных способа такой борьбы слушателей с речевым воздействием оратора: избегание, подрыв авторитета, непонимание.

Стратегия избегания проявляется в следующем: аудитория проявляет невнимание, «пропускает мимо ушей» важную информацию, ищет и находит повод отвлечься от восприятия выступления оратора, не смотрит на оратора, не является на его выступление, стремится сесть подальше от оратора. Избеганием является и такой «детский» прием, как закрывание глаз.

Избегание проявляется также в уклонении от восприятия той или иной

информации. Например, статьи или лекции о вреде курения читают и слушают 60% некурящих и только 30 % курящих; остальные 70% курящих просто избегают их. Стратегия «подрыва авторитета» основана на том, что источник информации квалифицируется как неавторитетный, неспециалист в данной области, и поэтому все то, что он говорит, можно всерьез не воспринимать. Повод для «подрыва авторитета» оратора всегда может быть найден: или он молодой (яйца курицу не учат), или рядовой человек (она не психолог, а простая мать, какие она может дать полезные советы), или слишком модно одет (он думает только о своей внешности), или одет и выглядит старомодно (он давно отстал от жизни), он не специалист в данном вопросе (он терапевт, а не фтизиатр, как он может судить о вреде курения) и т. д.

Подорвать авторитет оратора у слушателей может слишком высокий авторитет у них другого лица. Очень высокий авторитет одного лица может привести к отказу в авторитете всем другим, кроме него (бога, монарха, Сталина, Гамсахурдиа, учителя, тренера и т. д.). *«Когда какой-нибудь старейшина рода, вождь племени, глава государства, руководитель церкви получал такой авторитет, таким образом, люди могли отказать в неограниченном доверии множеству остальных»*, – указывает Б. Ф. Поршнев.

И, наконец, стратегия непонимания. Эта стратегия заключается в том, что аудитория, слушая, например, оратора, идея которого ей просто не нравится, интерпретирует такую идею или его аргументы как непонятные, на этом основании отвергая и саму идею. В таком случае аудитория говорит: «Мы не поняли его, не поняли, что он хотел нам доказать». Непонимание здесь фиктивное, имеет место просто отказ от восприятия идеи или доводов на основании квалификации их как непонятных. «Непонятность» – это повод проигнорировать что-либо. Ср.: если выступает любимый вами оратор и вдруг говорит что-то, с чем вы в принципе не согласны, вы чаще всего не придадите значения этому и спорное место в его выступлении просто проигнорируете: «Он выступил, как всегда, отлично! Правда, там он что-то говорил о.., но я не понял, что он хотел сказать; а так все отлично, все верно сказал!».

Оратор должен знать и учитывать способы «противостояния» ему

аудитории.

### Практическое занятие № 3

#### Темы для обсуждения:

1. Публичная речь в современном мире.
2. Сособы речевого воздействия на личность.
3. Трудности публичного выступления.
4. Общие требования к публичному выступлению.
5. Позиции оратора в ходе публичного выступления.
6. «Противостояние» слушателей и оратора.

#### Задания для самостоятельного выполнения:

1. Подготовить темы для обсуждения, опираясь на материал лекции и дополнительную литературу.
2. Выполнить практические задания:

**Задание 1. Немецкий писатель А. фон Книгге (1752-1796) в своем труде «Об обращении с людьми» дает систему принципов поведения человека в разных жизненных ситуациях. Прочитайте его рекомендации. Согласны ли вы с ними? Почему? Какие из них можно считать правилами, а какие приемами речевого воздействия? Сформулируйте эти правила и приемы современным языком.**

В разговорах твоих остерегайся наскучить вялостью, или излишней подробностью. Дар – в кратких, но плодovitых словах выразить весьма много. Допускай говорить и других людей, удели им место в общем разговоре. Поскольку всякий человек имеет по крайней мере одну похвальную сторону, то похвала, если она не простирается до лести и исходит из уст человека благородно мыслящего, может служить побуждением к вящему его усовершенствованию.

Сколько можно постоянно показывай веселое лицо! Нет ничего привлекательнее и любезнее, как веселый нрав, происходящий из источника беспорочного.

Если желаешь блеснуть своею остротой, то принимай в расчет общество, в котором ты находишься.

**Задание 2. Объясните, какими приемами можно реализовать следующие правила бесконфликтного общения:**

- Не пытайтесь переделывать вашего собеседника в момент разговора.
- Пытайтесь преодолеть негативную установку к собеседнику (то есть заранее сформировавшееся к нему негативное отношение).
- Произведите максимально приятное внешнее впечатление.
- Демонстрируйте уважительную манеру общения.
- Демонстрируйте собеседнику, что он вам нравится.
- Индивидуализируйте собеседника.
- Укрупняйте собеседника.
- Говорите меньше собеседника.
- Не вспоминайте плохое, не упрекайте собеседника.

**Задание 3 . Почему в бесконфликтном общении действует правило «Не давайте советов, если вас не просят»? Что думают люди о непрошенных советчиках?**

**Задание 4. Прокомментируйте правило «Не спорьте по мелочам». Приведите примеры споров по мелочам из своей жизни. Почему сразу трудно определить, из-за мелочи мы начинаем спорить или это серьезный вопрос, и только потом мы думаем – из-за какой мелочи мы ссорились?**

**Задание 5. Почему водители, нарушившие правила уличного движения, обращаются к сотруднику ГИБДД «командир»? Разве сотрудники ГИБДД относятся к командному составу? Приведите другие случаи использования людьми подобного приема.**

## ТЕМА 4

### ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

1. Объективная характеристика аудитории.
2. Субъективная характеристика аудитории.
3. Перестраивание речи для конкретной аудитории.
4. Искусство привлекать сторонников.

#### 1. Объективная характеристика аудитории

Никакая речь не окажется успешной, если она не рассчитана на конкретных людей.

*«Молодая учительница перед выступлением предупредила:*

*— Вы знаете, школа у нас особая: дети летного состава, а зарплата у родителей, сами понимаете... поэтому нам бы хотелось, чтобы вы подчеркнули, что в жизни не вещи, пусть даже красивые, главное...*

*А в чем главное? — подумал я про себя скорее машинально, привыкнув проводить мысль до логического конца.*

*— Иной раз ученица придет в таком наряде, — продолжала педагог, — что на две учительские зарплаты потянет...*

*Хорошенькое дело! — я начинал уже злиться; за минуту до лекции говорят об аудитории такое, что в пору поворачивать обратно. По меньшей мере над материалом, а главное — над аргументацией подумать не мешало бы. Впрочем, а сам-то где был? Почему не поинтересовался публикой раньше? Знал ведь, что все надо предвидеть, да ничего не сделал загодя. Но отвечать на все эти вопросы времени уже не было».*

Действительно, вопросы резонные. И возникать перед оратором они должны не накануне выступления, а в самом начале работы над речью.

Составление характеристики предполагаемой аудитории – неперенный этап разработки замысла речи. Умение точно определить характеристики аудитории позволяет говорящему более точно выбирать нужный жанр в схожих ситуациях. Например, если оратору необходимо поделиться новой научной информацией, то со специалистами в данной научной области он сделает это в

форме научного доклада, а с неспециалистами – в форме научно-популярной лекции. Речь-поздравление на торжестве по случаю юбилея возможна, если юбиляр присутствует. 200-летний юбилей предполагает произнесение похвального слова или торжественного слова о юбиляре, причем первое рассчитано на единомышленников, положительно относящихся к юбиляру, второе возможно и в менее положительно настроенной аудитории. Особенности аудитории продиктуют оратору и направление в раскрытии содержания, и композицию, и языковые средства выражения.

Как же добиться того, чтобы слушатели стали единомышленниками оратора? Как суметь точно предвидеть реакцию каждой аудитории на ту или иную тему? Для этого прежде всего необходимо научиться производить точный и полный анализ будущей аудитории, помогающий выработать правильную стратегию речи. Вопрос КОМУ? – один из важнейших для риторики. Ему должно быть уделено много самого пристального внимания.

Все параметры анализа аудитории можно разделить на объективные и субъективные.

**Объективные параметры** не зависят от оратора и его речи, являются неотъемлемым признаком аудитории. К ним относятся:

1. Демографическая характеристика, которая в свою очередь включает: 1) естественные черты: пол, возраст, национальность, общий уровень образования и культуры; 2) социальное положение (рабочие, крестьяне, интеллигенция, новые русские и т. п.) и должность (чиновники, учителя, руководящие работники и т. п.), поскольку социальная и экономическая характеристики часто оказывают существенное влияние на взгляды, вкусы и убеждения людей. Сюда же относится выявление ситуативных групп, связанных с состоянием общества, государства (например, беженцы). В отдельных случаях по желанию оратора здесь могут выделяться и другие характеристики, важные для правильного понимания речи, например, родители и т. п.

Не все эти характеристики всегда бывают одинаково важны. Если на совете обсуждается новый устав института, то пол и национальность собравшихся не очень повлияют на речь оратора, но важно будет учесть социальный статус

слушателей (преподаватели — студенты — технические работники). Однако если в студенческой группе оратор захочет разъяснить социальную политику правительства, то пол и возраст собравшихся окажутся для него наиболее важными параметрами. Об уровне образования и культуры необходимо подумать в речи на любую тему.

2. Интеллектуальная характеристика. Сюда относятся параметры, описывающие знания и убеждения аудитории. В зависимости от темы речи и ситуации здесь могут быть актуальны три аспекта: 1) если выступление посвящено серьезному вопросу, можно определить уровень профессиональной подготовки слушателей, вообще уровень знаний по предмету речи (специалисты – неспециалисты); 2) если выступление политического характера, определяем преимущественную политическую ориентацию слушателей (например, коммунисты) или особенности их мировоззрения (например, верующие); 3) в некоторых случаях можно учесть специфику увлечений аудитории (например, отмечаем, что перед нами футбольные болельщики, филателисты, владельцы собак и т. п.) и т. д.

3. Количественная характеристика одна из самых важных, пожалуй, характеристик: какое количество слушателей предполагается и в какой мере они знакомы выступающему. По количеству участников общения различают: а) межличностное, б) групповое, в) публичное, г) массовое общение.

Межличностное общение имеет место в тех случаях, когда индивидуальные черты слушателя могут быть так или иначе просчитаны и учтены в речи. Здесь возможно две ситуации: 1) говорящему известны не только общие демографические, культурные и прочие характеристики слушателя, но и его вкусы, привычки, настроения, и эти сведения можно использовать в речи (например: знаю, что вы любите попугаев и поэтому агитирую вас покупать корм «Трил», знаю о вашей скупости и поэтому употребляю в речи аргумент к бережливости и т. п.); 2) говорящий обращается к носителю определенной роли и лично с ним не знаком (типичный случай такого общения беседы с чиновниками разных уровней): в этом случае индивидуальные черты заранее не известны, однако кое-что о личности собеседника можно вывести из его роли и внешнего

вида, а остальное скорректировать, ориентируясь на его реакцию. На этот вид общения в основном рассчитаны такие жанры как письмо, просьба, поручение и т. д.

Групповое общение выделяется в тех случаях, когда оратор ориентируется не на индивидуальные, личностные, а на социальные черты слушателей (студенты, коллеги, члены определенной партии), объединенных работой, увлечениями, ситуацией и т. д. Число слушателей может колебаться в очень широких пределах, но все-таки это должна быть ограниченная количественно и однородная аудитория. На этот вид общения обычно ориентированы вузовская лекция, напутственное слово, приказ и т. п.

Как при межличностном, так и при групповом общении говорящий может тут же получить точную обратную связь и представить реакцию адресата. Если непосредственная реакция аудитории недостаточно понятна оратору, он легко может вступить в диалог со слушателями и получить необходимую информацию о степени эффективности коммуникации.

Публичное общение рассчитано на весьма многочисленную и неоднородную аудиторию, но все же объединенную чем-либо (местом собрания, социальной принадлежностью и т. д.). Этот вид общения не должен ориентироваться на "широкие народные массы", а предполагает точного (хотя и обобщенного) адресата – большие социальные группы: обращение – к учителям города, воззвание – к солдатским матерям, юбилейная речь – к участникам юбилейных торжеств и т. д. Социологи разделяют такие группы на два вида: 1) стихийно возникшие, случайные, например, участники юбилейного собрания, участники митинга; 2) занимающие определенное место в системе общественных отношений, долговременные. Сюда относятся профессиональные, возрастные, этнические и т. п. группы, например, учителя, студенты, калмыцкий народ и т. п. В первом случае мы имеем дело с временным, случайным совпадением интересов, во втором случае – с устойчивой общностью взглядов и интересов. Во втором случае определить то общее, что объединяет людей, гораздо проще, поскольку здесь гораздо меньше посторонних, непредсказуемых влияний.

Массовое общение предполагает обращение к аудитории через средства массовой информации, а не непосредственно. Хотя и телевизионное выступление должно быть ориентировано не на «широкие народные массы», а иметь в виду определенную аудиторию, особая сложность этого вида общения состоит в том, что кроме прогнозируемого, выступление будет услышано и другими типами слушателей, и следовательно, необходимо подумать о том, какое впечатление выступление произведет и на них. Например, передачи молодежной редакции ориентированы на подростковую аудиторию, но вместе с тем и на родителей; выступление на Съезде народных депутатов – для депутатов, но и для телезрителей; лекция о культуре – для интересующихся вопросами культуры, для остальных задача – заинтересовать и т. д. Вторая сложность состоит в том, что в этом случае отсутствует эффект заражения, присущий публичной аудитории, когда настроение активной части слушателей передается остальным, и они дружно хохочут, плачут или негодуют от того, что оставило бы их равнодушными в другой ситуации. Наконец, третья сложность состоит в том, что через средства массовой информации происходит так называемое дистрибутивное общение. Для оратора, выступающего по телевидению, аудитория представляется как массовая, но каждый телезритель слушает его, сидя у себя дома в кресле, и следовательно, воспринимает общение почти как межличностное. Нечего и говорить, что этот вид общения самый трудный для выступающего.

Как при публичном, так и при массовом общении оратор не имеет непосредственной обратной связи. Правда, при публичном общении возможна упрощенная форма обратной связи в том случае, когда затронута основная объединяющая аудиторию идея (например, если на коммунистическом митинге оратор в грубой форме осудит классиков марксизма-ленинизма). Это своего рода защитная реакция аудитории на чуждые идеи. Массовая аудитория лишена даже такого вида обратной связи, что является одной из причин возможности манипулирования этой аудиторией, навязывания ей в спекулятивной форме идей, выгодных руководству средств массовой информации.

Важно помнить, что демографическая и интеллектуальная характеристики имеют особенно большое значение, когда аудитория однородна по этому

признаку: если только молодежь, только мужчины, только специалисты. Если аудитория неоднородна по какому-то признаку, он теряет свое значение и не определяется.

Характеристики, которые мы признали важными, обязательно должны быть учтены в речи. Так, выступая перед профессионалами, людьми заинтересованными, оратор начинает сразу с существа дела, глубоко раскрывает проблему, мало употребляет средств выразительности. Чем менее квалифицированная и хуже подготовленная аудитория, тем больше в речи конкретных примеров, сравнений, зацепляющих внимание крючков; в женской аудитории речь должна быть, как правило, более эмоциональной, чем перед мужчинами; выступление в группе может иметь сложную структуру, однако чем больше слушателей, тем проще композиция речи, тем резче границы между частями и т. д. Отступление от этого принципа приводит к риторической неудаче:

*Шестилетний сын ест яблоко и задумчиво спрашивает отца:*

*— Папа, а почему, когда яблоко откусишь, оно делается коричневым?*

*— Дело в том, — отвечает отец, — что в яблоке есть разные химические вещества. В том числе — железо. Так вот, когда железо вступает с кислородом, который есть в воздухе, в химическую реакцию, то получается окисление. В результате образуется вещество, которое окрашивает яблоко в коричневый цвет.*

*Некоторое время царит тишина. Потом ребенок робко спрашивает:*

*— Пап, а ты сейчас с кем разговаривал?*

## **2. Субъективная характеристика аудитории**

А теперь обратимся к субъективной характеристике аудитории. Эта часть портрета слушателей зависит от того, кто именно выступает перед ними и может меняться, если меняется оратор. К субъективным параметрам можно причислить социальный портрет взаимоотношений оратора и аудитории и отношение аудитории к мыслям и идеям выступающего.

Социальный портрет аудитории определяется, во-первых, степенью знакомства аудитории оратору. Чем в большей мере оратор способен прогнозировать реакцию аудитории, тем более действенной окажется его

аргументация. Так, даже учебная лекция для знакомых лектору студентов может содержать элементы, учитывающие именно их психологические особенности, в то время как лекция для незнакомой аудитории окажется стандартной, усредненной. Чем меньше знакома оратору аудитория, тем большее значение приобретают статусные роли участников общения. Во-вторых, это равенство / неравенство участников общения. Здесь возможны такие варианты: 1) отношения равенства (слушатели являются коллегами, одноклассниками и т. п. оратора); 2) отношения неравенства: в этом случае либо оратор обладает более высоким статусом (начальник по отношению к подчиненным, учитель по отношению к ученикам и т. д.), либо аудитория состоит из людей с более высоким по сравнению с оратором статусом (ученик выступает на педсовете, рядовой сотрудник на совете директоров и т. д.)

Характеристику равенства / неравенства важно оценить как можно более объективно, поскольку нарушения статусных отношений (социальной дистанции) могут привести к негативной оценке всей речи. Например, если директор совершенно на равных беседует с рабочими — о нем говорят: заигрывает, если ученик на равных беседует с учителями: грубит и т. д. Поэтому никакие инсинуации в адрес оратора, уверенного в своем более высоком статусе по отношению к аудитории (если его претензии соответствуют реальности) недопустимы.

С точки зрения отношения к мыслям оратора в аудитории могут быть выделены следующие группы:

1. Конструктивная. У слушателей этой группы ценностные ориентиры совпадают с теми, что предлагает оратор. Этим людям не надо «агитировать», заинтересовывать. Если таких слушателей большинство, выступать нужно коротко и по существу, раскрывать только суть предлагаемого, не повторять общеизвестного. Это исключительно деловое сообщение. При этом совсем не обязательно, что слушатели являются постоянными партнерами оратора. Например, представители двух парламентских фракций, обычно враждующих, могут оказаться единомышленниками при решении какого-то конкретного вопроса.

2. Конфликтная. Это люди, не разделяющие взглядов оратора, его противники. В данной аудитории выступающему необходимо выяснить причину такой конфликтности: люди ориентируются на другие ценности, отстаивают другую точку зрения или не принимают выступающего как личность и будут возражать независимо от того, что он говорит (ср.: *«Я люблю вас, Иван Петрович, но я категорически не согласен с вашей оценкой революции» — «Я терпеть не могу Ивана Петровича и буду не согласен с ним, какую бы оценку революции он ни предложил»*). В первом случае с помощью ораторских предосторожностей и весомой аргументации можно попытаться воздействовать на аудиторию и склонить ее к пониманию своей идеи. Во втором же случае лучше отказаться от речи или попытаться сначала изменить отношение аудитории к выступающему. Для этого необходимо задуматься над причиной негативного отношения: если причина в личном отношении (не люблю, потому что он злой, жестокий, брюзга и т. п.), то изменить отношение вряд ли удастся, однако если причина формальная (он коммунист, а я плохо отношусь к коммунистическим идеям; он богат, а я презираю нуворишей; он представитель власти, которая ограбила народ и т. д.), то можно попытаться показать, что и среди не одобряемой аудиторией социальной, политической и т. п. среды есть приличные люди, которых стоит послушать.

3. Соглашатели. Это люди, у которых пока нет своего мнения по обсуждаемой проблеме. Если аудитория соглашательская, то здесь тоже сначала нужно оценить причины такого состояния слушателей. Возможно, это люди без определенных убеждений, флюгеры, которые с интересом выслушают и примут любое аргументированное мнение. Но чаще всего это слушатели, которые не имеют по данному вопросу своего мнения потому, что у них нет достаточных знаний в этой области. Не нужно относиться к ним с пренебрежением. Все люди бывают соглашателями в тех случаях, когда не могут в силу слабой компетентности выработать собственное мнение, например, когда слушают экономистов, спорящих об особенностях той или иной программы выхода из кризиса, или юристов, обсуждающих преимущества или недостатки очередного закона. Ни один человек не может быть одинаково компетентен по всем вопросам, обсуждаемым в обществе, но если общий культурный уровень у него

достаточно высок, он не последует за первым попавшимся красноречивым оратором, а определит, позиция какого специалиста в наибольшей степени отвечает его ценностям и ориентирам.

4. Инфантильные. Это слушатели, равнодушные к теме выступления, не желающие вникать в суть проблемы. Если аудитория большей частью инфантильная, то, возможно, есть смысл подумать, в какой сфере лежат ее интересы и потребности, и попытаться связать их с темой своего выступления. В любом случае эта аудитория потребует наибольших усилий от оратора.

Степень конфликтности и заинтересованности аудитории должна быть обязательно определена в речи на любую тему и в любой ситуации, но особенно это важно в речах убеждающих, ведь от этой характеристики зависит степень интенсивности воздействия на аудиторию. Грубую риторическую ошибку допускает оратор, стремящийся в любой аудитории, независимо от ее настроений применить самые сильные средства воздействия: это может привести к отторжению слушателей. Нельзя для гарантии пальнуть из пушки по воробьям: калибр оружия должен быть соразмерен поставленной задаче. А ведь бывают и такие случаи, когда охотник стреляет маленькой дробинкой в глаз — вот идеал ораторской деятельности: применить минимальные, но точно ориентированные на конкретных слушателей средства воздействия.

Очевидно, могут быть указаны и другие параметры для характеристики аудитории. Однако важно следить за тем, чтобы они были объективными и просчитываемыми. С предлагаемой Аристотелем характеристикой «счастливые/несчастные» вряд ли можно согласиться, т. к. нет людей абсолютно счастливых или несчастных. Это очень субъективно воспринимаемое состояние не поддается учету оратора, поскольку далеко не всегда зависит от объективных показателей. Кроме того аудитория может быть только молодежной или только профессиональной, но не может состоять только из людей счастливых.

Кроме прямой аудитории, к которой обращается оратор, можно говорить о косвенной аудитории. В нашей жизни наиболее типичной косвенной аудиторией являются телезрители: выступает ли депутат перед парламентом, говорит ли гость передачи для зрителей в студии, они обязательно учитывают тот факт, что их

видят и слышат миллионы телезрителей, обращаются прежде всего к ним. Однако и за пределами телевидения возможно присутствие косвенной аудитории. Например, такова ситуация судебного заседания: и адвокат, и прокурор обращаются к суду как к прямой аудитории, публика же в зале является для них аудиторией косвенной. Другим типичным случаем подобной ситуации является обращение человека к оппоненту через прессу с открытым письмом. В таком письме должны быть средства адресации и взаимодействия с прямым адресатом, но более важной оказывается косвенная аудитория читателей, ради воздействия на которую и избирается именно эта форма. Или ситуация парламента (даже при отсутствии телевидения в зале), где оратор обращается прежде всего к депутатам, однако имеет задачей воздействие и на Президента и Правительство (или другие органы власти) Параметры косвенной аудитории тоже должны быть просчитаны и учтены оратором, причем в зависимости от того, в какой мере косвенная аудитория важна для оратора, речь может быть адресована ей даже в большей степени, чем аудитории прямой.

### **3. Перестраивание речи для конкретной аудитории**

Разрабатывая замысел речи с учетом предполагаемой аудитории, важно помнить о трех ее возможных ипостасях. Первая из них может быть названа потенциальной. Это та аудитория, на которую рассчитано мое выступление. Например, заранее работаю над лекцией о возрастных особенностях детей 10–12 лет. Потенциальная аудитория — родители таких детей на родительском собрании. Но вот меня приглашают выступить на собрании родителей 6 «А» класса моей школы. Теперь я имею дело не с абстрактными родителями вообще, а с реальной аудиторией и могу точно узнать, что за люди придут на мою лекцию и какие у них проблемы с детьми. Я прихожу на собрание и оказывается, что мне придется выступать перед родителями не только 6 «А», но и 6 «Б», потому что их лектор внезапно заболел. Этот не предусмотренный моим планом состав будет конкретной аудиторией лекции. Конечно, вполне возможно, что ничего непредвиденного не произойдет и реально запланированная аудитория совпадет с конкретной, но выступающий всегда должен быть готов к тому, что придет

больше или меньше людей, чем ожидалось или слушателями окажутся не те люди, на которых он рассчитывал.

Чтобы подчеркнуть важность умения перестраиваться в зависимости от присутствующей при выступлении аудитории, можно напомнить фрагмент из рассказа И.Л. Андроникова «Первый раз на эстраде». В нем есть такой эпизод: сотрудник Ленинградской филармонии И.И. Соллертинский приглашает молодого Андроникова на должность помощника лектора, потому что имеющийся у них работник очень плох. Вот как об этом в рассказе говорит И.И. Соллертинский: *«Что касается нынешнего моего помощника, коего имел честь упомянуть, он пишет свое корявое сочинение заранее и, не имея возможности положить перед собой написанное, ибо перед ним нет кафедры, выучивает его наизусть и помещает между лобной костью и очень серым веществом своего мозга. От этого лицо его принимает выражение, несколько обращенное внутрь себя, когда, закатив глаза, он старается заглянуть под брови и в глазах его читается ужас: Ах, ах! Что будет, если я забыл! О том, что в ходе беседы лектор должен уметь перестроиться, напоминать ему бесполезно. Недавно был запланирован симфонический утренник для ленинградских школ, точнее, для первых классов «А» и первых классов «Б», но по ошибке билеты попали в Академию наук и вместо самых маленьких пришли наши дорогие мафусаилы. Об этом мой помощник узнал минут за пять до концерта. И не имея вашей способности учесть требования новой аудитории, он рассказал академикам и членам-корреспондентам, что скрипочка – это ящичек, на котором натянуты кишочки, а по ним водят волосиками, и они пищат. Почтенные старцы стонали от смеха, но это не совсем та реакция, которая нам нужна».*

#### **4. Искусство привлекать сторонников**

Сфера общения, связанная с политикой, предполагает, что один человек, каким бы сверхталантливым он ни был, не в состоянии реализовать свои планы и самореализоваться как правящий политик, если у него не будет сильной команды сподвижников и огромной армии сторонников, поэтому задача разъяснения и распространения своих идей, привлечения на свою сторону как можно большего числа людей – это задача, которая стоит перед каждым политиком и каждым

политическим объединением. А это значит, что умение агитировать для политика – это основа основ.

Каковы же особенности и цели агитационной речи?

Агитационную речь от других видов речей отличает, прежде всего, то, что она всегда направлена на побуждение к действию. Агитационная речь воздействует на слушателя так, чтобы агитируемый почувствовал потребность сделать то, о чем его просит агитатор.

Это возможно только тогда, когда

- у обоих участников процесса агитации есть что-то, их объединяющее;
- цели каждого и их установки не противоречат друг другу;
- агитатор пользуется доверием агитируемого.

В самом общем виде главная цель агитационной речи состоит в приобщении партнера к опыту и ценностям инициатора общения, поэтому задача агитатора состоит в том, чтобы

- найти то, что изначально объединяет агитатора и агитируемого;
- развить и укрепить общее между ними;
- заинтересовать агитируемого в ценностях конкретной политической организации;
- проинформировать его относительно деятельности этой организации;
- заинтересовать его в приобщении к деятельности этой организации;
- организовать агитируемого поддержать данную политическую организацию участием в конкретных политических акциях.

Как это сделать?

Прежде всего – установить и упрочить коммуникативный контакт с человеком, чтобы понять, стоит ли его агитировать, а если да, то подготовить почву для этого.

Соответственно агитационная речь должна содержать

- необходимые для агитации факты,
- пробуждать нужные эмоции агитируемых,
- приводить к их согласию выполнить то действие, к которому побуждает агитатор.

Прямая политическая агитация всегда апеллирует к общественному благу и гражданственности. При этом она основывается на оценке пользы и вреда для страны в целом, для каких-то определенных групп населения, к которым принадлежит данная аудитория, в частности. На основании этого агитация всегда проводится ЗА что или ПРОТИВ чего-либо, исходя из ценностей и потребностей людей.

Основными потребностями людей, по А. Маслоу, являются потребности материального существования, в безопасности, в любви, в самореализации, в самоактуализации. Кроме того, в сотрудничестве, в понимании, в осмыслении и в идентификации себя. Эти потребности являются общими для всех людей и могут различаться для тех или иных личностей лишь в иерархическом отношении.

В социальных науках принято различать универсальные ценности, групповые и индивидуальные. Универсальные ценности – это свобода, демократия, справедливость и т.д. Групповые ценности – активность, правдивость и др. Индивидуальные ценности – дружба, здоровье, слава, надежда. Все эти группы ценностей могут использоваться при агитации.

При этом необходимо иметь в виду, что агитация всегда предполагает явное или скрытое противопоставление (*раньше/сейчас; сейчас/ в будущем; мы/они* и т.п.) и явную оценочность (*хорошо/плохо; хорошо/еще лучше; плохо/еще хуже* и т.д.). Можно обращаться к тому, что если сделаешь, будет хорошо, или к тому, что если не сделаешь, будет плохо (или и к тому, и к другому одновременно). В агитационной речи нужно показать, что то, что мы сообщаем, лично касается этих конкретных людей с их понятными нам потребностями и ценностями; что то, о чем мы говорим, поможет им решить какую-то важную для каждого из них проблему.

Не менее важные средства агитации – конкретность и подтверждение слов делом, ибо «долго путь наставлений, краток и убедителен путь примеров» (Сенека). Соответственно, речь нужно связывать с тем, что делаешь сам и с тем, что делает организация, за которую ты агитируешь. Примеры в агитационной речи важно связывать с непосредственными событиями или явлениями, характерными для жизни агитируемых, приводить самые свежие, еще не

потерявшие своей эмоциональной силы примеры. Кроме того, важна доходчивость примеров, то есть их яркость и доступность для понимания, популярность именно в этой аудитории.

Агитационная речь всегда воздействует не только за счет логической стороны, но и за счет эмоциональной. Агитатору обязательно нужно пробудить в слушателях те эмоции, которые помогут ему достичь цели. При этом предпочтительнее обращаться не к самим эмоциям, а к фактам, вызывающим нужные эмоции.

В то же время чрезмерно активное воздействие, повышенная экспрессивность и напор могут быть обоюдоострым оружием: сила воздействия может быть равна силе отталкивания, а не притяжения. Это вызывает защитный барьер общения и его логичное следствие – уход от общения (физический или психологический) или активное противодействие вплоть до агрессии. В результате вы достигнете противоположной цели – навсегда поселите отрицательные ассоциации с тем политическим образованием, относительно которого агитировали. А со сторонниками высокий градус эмоций в агитации также неуместен. Следовательно, «нагревайтесь» постепенно, под контролем критерия целесообразности.

Это особенно важно иметь в виду при агитации в группе слушателей, потому что в этом случае у каждого из них активизируются процессы мышления и эмоционального восприятия, более глубокая эмоциональная реакция одних передается другим, в результате у слушателей, как правило, возникает психологическое единство (как результат действия механизма психического заражения). Если агитация воспринята положительно – то положительная, если отрицательно – то резко негативная, особенно в том случае, когда именно так воспринимает речь лидер этой группы. Следовательно, при агитации важен дифференцированный подход к слушателям.

В связи с этим различают две формы агитации: прямую (открытую) и косвенную (скрытую), которые различаются и по степени ее интенсивности. Открытая агитация носит яркий наступательный характер. Она используется тогда, когда у агитатора есть полная уверенность в том, что его речь будет

воспринята положительно. Если же такой твердой уверенности нет, агитацию целесообразно вести более осмотрительно, осторожно. В этом случае косвенное воздействие будет осуществляться за счет самих фактов и их интерпретации, а не за счет эмоционально подчеркнутого призыва к определенному действию. Например, можно проинформировать слушателей о Движении, собрании, акции и т.д., а далее в зависимости от реакции слушателя решать, переводить ли речь в дальнейшем в агитационную или нет. Если ваша речь была убедительна и содержала нужную информацию, ненавязчивая агитация в не меньшей степени может достичь цели.

Обратите внимание на то, что агитационная речь в любой форме не должна в начале содержать прямое выражение своей основной цели, то есть нельзя сказать: *я пришел вас агитировать, я вас сейчас сагирую* и т.д. В начале речи нужно говорить о слушателях, их оценках происходящего, информировать о Движении и его целях, а только в конце – побуждать прийти на собрание Движения и присоединиться к нему. В то же время в основной части речи агитация всегда будет скрыто присутствовать, поскольку агитатор будет говорить о преимуществах Движения, его целях, идеологии и т.д.

А вот закончить агитационную речь необходимо призывом к конкретному действию и информацией обо всех условиях осуществления этого действия (если агитируете прийти на собрание – где, когда, как долго оно будет проходить, кто в нем будет принимать участие и т.д.).

При любой форме агитации агитатор должен оставаться **коммуникативным лидером**. Лидерство в общении, как правило, реализуется в следующем речевом поведении: он выступает инициатором общения, устанавливает и поддерживает контакт, прямо выражает свои речевые намерения, ведет беседу, руководит развитием и сменой тем, задает выясняющие и уточняющие вопросы, завершает общение и подводит его итоги. Коммуникативное лидерство, таким образом, оказывается средством структурирования общения и придания ему большей целенаправленности. Все это остается справедливым и для агитации. Соответственно, как только агитатор перестает быть коммуникативным лидером, он не справляется со своей задачей.

Такая ситуация общения предполагает повышенные требования прежде всего к **личности агитатора**, ибо «**Мы слушаем не речь, а человека, который говорит**». Прежде всего, агитатор должен быть яркой личностью, лидером, потому что только в этом случае он сможет кого-то привлечь к себе, а затем и к своей речи. Агитатором может быть только такой человек, который искренне убежден в том, что он поступает правильно, в согласии со своей совестью и что он не пожалеет о том, что агитировал за эту политическую организацию. В противном случае агитатор будет бороться прежде всего со своими внутренними психологическими проблемами и барьерами, что сделает его речь в лучшем случае недостаточно убедительной. Кроме того, агитатор должен хорошо не только знать, но и понимать то, чем и с какой целью занимается та политическая организация, за которую он агитирует, иначе он ничего не сможет толком объяснить, а значит, опять-таки не достигнет цели.

И не менее важно, чтобы агитатор владел речью, знал, что, когда, кому и для чего он говорит, умел бы сформулировать (и неоднократно переформулировать) четко и доступно любую свою мысль.

Речевые действия агитатора зависят не только от цели и содержания его речи, но и от той фазы коммуникативной ситуации, в которой происходит общение в данный момент.

Основными **фазами успешной коммуникации** являются

- вступление в контакт,
- упрочение взаимодействия,
- основная часть взаимодействия,
- прекращение контакта (выход из него).

В каждой фазе коммуникации складывается особый уровень взаимодействия между партнерами, который требует своих **средств для привлечения и удержания внимания к речи**.

Прежде всего это, конечно же, само содержание речи. Именно оно должно быть интересным и важным для слушателей, отвечать их потребностям и запросам.

Кроме того, сама форма изложения должна быть захватывающей, чтобы внимание не ослабевало. Не даром Квинтилиан подметил: *«Кто охотно слушает, тот лучше понимает и легче верит»*.

К специальным средствам привлечения внимания относятся в первую очередь несловесные средства: жесты, мимика, расположение в пространстве, поза человека, его телодвижения, взгляд, звуки голоса, интонация, даже особенности его внешности и одежды. Это тем более важно, что чаще всего мы их используем неосознанно и они воспринимаются также на подсознательном уровне. Нужно учесть, что несловесные средства начинают «работать» еще до того, как произнесены первые слова: мы друг друга видим и сразу понимаем, хочется ли вступить с ним в общение, обоюдное ли это желание, кто в каком настроении находится и т.д. Несловесные средства сопровождают всю нашу речь и часто продолжают после ее окончания (вспомните жесты прощания и соответствующие взгляды). Все это объясняет, почему несловесные средства мы рассматриваем в первую очередь.

В первой фазе общения – фазе установления контакта несловесные средства играют часто определяющую роль. В этой фазе каждому партнеру необходимо преодолеть барьеры незнакомости (познакомиться), нейтральности (оценить друг друга по возможности положительно) и молчания (начать говорить). И от того, кто как на кого посмотрит, улыбнется ли, сделает ли шаги навстречу, от того, какими будут жесты и мимика – от всего этого зависит, состоится ли контакт вообще и каким он будет по эмоциональной окраске.

В следующих фазах общения несловесные средства (в частности, поза, положение в пространстве, мимика и жесты) должны постоянно подтверждать внимание и интерес собеседников друг к другу и к речи каждого, но особую роль приобретает голос, его звучание и те интонации, с помощью которых передается отношение говорящего к собеседнику и предмету речи, подчеркиваются наиболее важные ее моменты. В агитационной речи интонация – это одно из важнейших средств убеждения, поэтому ей нужно уделять особое внимание в речи.

Привлекает внимание и удерживает его в течение речи также такое специальное средство, как обращение. К нему нужно проявить особую

осторожность, так как именно обращение задает тональность речи и позволяет произвести отбор партнеров по общению по принципу «свой/чужой». Например, обращение «товарищ» сейчас будет говорить прежде всего о преклонном возрасте или коммунистических симпатиях того, кто так обратился. «Гражданин», скорее всего, напомним о стражах порядка. «Братья и сестры» мы слышим преимущественно от представителей религиозных организаций. «Россияне», «Граждане России» подходит только для массовых мероприятий. В связи с этим становится ясно, что **выбор правильного обращения** для осуществления коммуникативного контакта – **это половина успеха**. В других фазах общения обращение подкрепляет, поддерживает взаимодействие и привлекает наибольшее внимание слушателя к той части высказывания, которой предшествовало обращение. Кроме того, **обращение по имени** – это средство проявления уважения и внимания в собеседнику, что также повышает доверие к говорящему и положительную эмоциональную оценку его личности.

Еще одним эффективным средством привлечения внимания и установления контакта является **вопрос**, который предполагает высокую компетентность того, к кому обращаются, в данной области знаний. И в дальнейшей речи важно время от времени использовать вопросные формы разного плана для создания диалога или хотя бы его видимости. К таким вопросным формам относятся собственно вопросы, вопросно-ответные единства, риторические вопросы и т.д. Особенно успешно и разнообразно можно использовать вопросно-ответное единство, когда оратор задает вопрос и сам на него отвечает: оно создает ситуацию непринужденного разговора со слушателями. *Как и с чем нам бороться? С обстоятельствами, мешающими перестраиваться нашей жизни, с людьми, воплощающими старые, отжившие представления о том, как должно развиваться наше общество...*

Не стоит пренебрегать и образными средствами речи, тем более, что **«мы говорим не столько уху, сколько глазу»**, а значит, наша речь обязательно должна давать пищу воображению – внутреннему зрению.

В агитационной речи очень важно не только привлечь внимание, но и обеспечить **ощущение общности** партнеров. С этой целью мы часто используем

обороты, которые подразумевают наше единство (воображаемое или реальное) в каких-либо вопросах: «*Как мы с вами знаем... Как нам говорят... Мы все вместе...*» и т.п. Этот компонент общения позволяет установить личные доверительные отношения, на основе которых и передаваемая информация воспринимается как лично адресованная, ненейтральная, что особенно необходимо при агитации. Кроме того, в числе средств диалогичности можно назвать **формы повелительного наклонения** (*подумайте, посмотрите, обратите внимание* и т.д.).

Таким образом, для того чтобы овладеть искусством общения в целом и в процессе агитационной речи в частности нужно учиться постоянно думать о собеседнике в процессе общения: следить за тем, понимают ли вас; стремиться предвосхитить ответную реакцию собеседника; постоянно воссоздавать их внутреннюю психологическую ситуацию по внешним признакам; заботиться о том, чтобы не создавать барьеров в общении.

#### **Практическое занятие № 4**

##### **Темы для обсуждения:**

1. Объективная характеристика аудитории.
2. Субъективная характеристика аудитории.
3. Перестраивание речи для конкретной аудитории.
4. Искусство привлекать сторонников.

##### **Задания для самостоятельного выполнения:**

1. Подготовить темы для обсуждения, опираясь на материал лекции и дополнительную литературу.
2. Выполнить практические задания:

**Задание 1. Выберите из перечисленных качеств речи те, которые оказывают наибольшее положительное воздействие на её адресата:**

выразительность речи; многословие; чистота речи; использование пословиц, поговорок, крылатых слов, фразеологических выражений; богатство и разнообразие лексики; точность; употребление иноязычных слов; ясность и

ПОНЯТНОСТЬ.

**Обоснуйте свою точку зрения, смоделировав конкретную речевую ситуацию.**

**Задание 2.** По данным исследователей, посредством вербального (словесного) общения передается менее 30% информации. Назовите средства, с помощью которых передаётся большая часть информации при непосредственном общении. Смоделируйте ситуацию делового общения, в которой невербальные средства могут играть решающую роль.

**Задание 3.** Культура общения – это и его пространственная организация. Исследователи в области теории и практики речевой коммуникации определяют зоны межличностного общения. Назовите их.

Для каждой зоны межличностного общения рекомендуется соответствующее расстояние. Каким ситуациям (зонам межличностного общения) соответствуют следующие границы:

до 0,5 м

0,5 м - 1,2 м

1,2 м - 4 м

4 м - 7,5 м

**Задание 4.** Важное место в практической деятельности занимает деловое общение, т.е. такое взаимодействие людей, которое подчинено решению определённых задач (производственных, коммерческих, научных и т.д.). Какие из перечисленных ниже характеристик являются обязательными в ситуации делового общения:

речевая избыточность; регламентированность; использование диалектов, жаргонизмов; деловой этикет; строгое соблюдение речевой нормы; знание национальных особенностей речевого этикета.

Смоделируйте ситуацию (возможен пример из литературы), когда несоблюдение хотя бы одного требования к деловому речевому общению привело к неудаче в целом.

**Задание 5.** Какой психологический тип людей в зависимости от преобладающей сферы сенсорного опыта склонен при общении к

## **многословию:**

визуальный, аудиальный, кинетический?

**Назовите рекомендации к общению с деловым партнёром такого типа.**

**Задание 6. Назовите виды делового общения, целью которых является достижение соглашения сторон. Какой этап делового общения из перечисленных ниже является самым важным для достижения взаимопонимания:**

установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение вопросов, принятие решения, выход из контакта.

**Обоснуйте свою точку зрения.**

**Задание 7. Практикой делового общения выработаны и описаны условия и приемы хорошего слушания, что является необходимым для успеха любой профессиональной деятельности. Какие условия и приёмы из перечисленных ниже можно отнести к ним:**

установление зрительного контакта; не притворяйтесь, что вы слушаете; не уточняйте позиции собеседника; не принимайте молчание собеседника за внимание; не придавайте значения вашим жестам и позе; не перебивайте без надобности; эмоционально реагируйте на слова собеседника; не делайте поспешных выводов.

**Задание 8. Подготовьте агитационную речь (убеждающую или призывающую к действию) на 5 минут. Выберите тему речи. Уточните её формулировку. Определите аудиторию, на которую речь рассчитана. Продумайте систему фактологических, логических и психологических доводов.**

## **Материалы к заданию**

### *1. План агитационной речи*

1. Привлечь внимание, вызвать интерес.
2. Охарактеризовать предмет речи, изложить основной тезис.
3. Привести аргументы для доказательства тезиса.
4. Сделать вывод. Сформулировать призыв.

### *II. Примерные темы для агитационной речи*

- Можно научиться быть счастливым
- Я люблю «русское кино»
- «Вредные» фильмы
- Жизнь – любовь
- Не в деньгах счастье
- Книга, которую каждый должен прочитать
- Позвоните (напишите) родителям
- Не будьте равнодушными (о понятии «чужое горе»)
- Берегите здоровье
- Занимайтесь спортом
- Научитесь зарабатывать деньги

### *III. Схема оценки агитационной речи*

#### 1. Тема и цель

Подходят ли они аудитории?

#### 2. Введение

Интересно?

Вызывает ли желательную реакцию?

#### 3. Главная часть

Интересен ли материал?

Правильны ли доводы?

Достаточны ли аргументы?

Целесообразны ли примеры?

#### 4. Заключение

Убедителен ли призыв к действию?

#### 5. Произношение

Произнесена ли речь с убеждением?

Правильна ли поза? Уместны ли жесты?

Удачен ли темп речи? Есть ли речевые ошибки?

#### 6. Советы выступающему

### *IV. Памятка*

«Агитационная речь требует от слушателей большего, чем другие виды

речи. Если она не приводит к цели – это самая горькая из всех неудач оратора. Слушатели должны отозваться на призыв тут же, на месте, и от всей души. Их нужно заставить проникнуться доверием к вам и к тому, что вы говорите, доверием безусловным и идущим от доброй воли. Слушатели должны понять вас и преисполниться нетерпением сделать все, что вы от них хотите. Что бы ни было избрано вами во вступительной части речи, к каким бы убедительным планам и методам вы ни прибегали, каковы бы ни были ваши завершающие призывы, — все следует развивать в соответствии с той определенной реакцией аудитории, к которой вы стремитесь» (П. Сопер).

## Правила-рекомендации подготовки и реализации текста при создании новостей на телевидении

1. Сочетаем общелитературные нормы с устно-разговорными (не просторечными). Важно держать баланс между двумя пластами.

2. Используем простые предложения, сложные – упрощаем.

К примеру: *«В Японии произошло землетрясение, которое унесло жизни 50 человек, включая 20 детей, ещё 100 человек в реанимации»*. Предложение длинное – упростим. *«50 человек погибли, ещё 100 в реанимации: в Японии случилось землетрясение. Среди погибших 20 детей»*. На слух воспринимается гораздо проще.

3. Объясняем узкоспециальные и малоизвестные термины.

Микрохарактеристики необходимы конкретным людям, о которых мы говорим в сюжете. Микрохарактеристикой для человека зачастую выступает его должность. Например, *«Студентка филфака Юлия Высоцкая рассказала...»* или *«Президент Белоруссии Александр Лукашенко отметил»*.

Это касается и отдельных предметов: *«Черный квадрат» – известнейшая картина Казимира Малевича»*.

Сложные термины мы также кратко объясняем: *«Сингулярность – состояние Вселенной в момент Большого взрыва – считается...»*.

4. Рекомендуем избегать использования таких слов: *что-то, очень, сегодня, сейчас, в наши дни, максимально, ещё, находится, располагается, зачем-то, абсолютно, занимается, наиболее, какой-то, может, более, где-то, все, так называемые, данное (в значении «это»), любые, в настоящее время, как-то, самый, на самом деле, около, активный, скажем, всего, допустим, например*.

Эти слова чаще всего встречаются в новостях, хотя их там быть не должно.

5. Отдаём предпочтение прямому порядку слов в предложении.

*«Кот Василий упал с моста: он летел и стонал»*. Это хороший пример: теперь поменяем слова местами (в литературе этот приём используется как выразительное средство, в новостях это недопустимо). *«С моста кот Василий упал: он летел и стонал»*.

6. Избегаем причастных оборотов – заменяем их сложносочинёнными конструкциями. *«Он увидел кота, лакающего молоко из рюмки»*. Упростим: *«Он увидел кота, который лакал молоко из рюмки»*.

7. Избегаем деепричастных оборотов – трансформируем их в простое предложение, осложнённое однородными сказуемыми.

*«Зеленский, придя на конференцию, подвёл итоги встречи»* – очень неблагозвучный вариант. Трансформируем: *«Зеленский пришёл на конференцию и подвёл итоги встречи»*.

8. Определение ставим перед определяемым словом.

*«Фруктовый салат»* звучит лучше, чем *«салат фруктовый»*.

9. Аббревиатуры. Свободно используем только общеизвестные (МВД, ЖКХ, СССР). Остальные вначале расшифровываем.

*«Аграрная партия России выступила с новой инициативой – сообщает «РЕН ТВ»*. *«В АПР предлагают наказывать за кормление бездомных собак»*.

10. Избегаем длинных перечислений (максимум 3 позиции).

Пример, как делать не нужно: *«В торжественном мероприятии приняли участие Глава Донецкой Народной Республики, Верховный главнокомандующий Денис Пушилин, заместитель начальника Управления Народной милиции ДНР Эдуард Басурин, мать основателя батальона Нина Толстых, Герой Донецкой Народной Республики Ахра Авидзба, глава администрации Макеевки Сергей Голощанов и другие почетные гости»* [<https://dnronline.su/2019/11/15/denis-pushilin-vruchil-gosudarstvennye-nagrody-lichnomu-sostavu-shturmovogo-batalona-somali-im-mihaila-tolstyh/>].

Для повышения читабельности нужно сократить количество перечислений, либо сделать из одного предложения – два.

11. Особое внимание уделяем цифровому материалу. Мы округляем числа или же используем дефиниции кратности (вдвое, больше половины, четверть).

12. Избегаем цитирования.

Советская эпоха давно позади – если раньше цитаты были в порядке вещей, то теперь на них налагается запрет. Цитаты уместны в материалах

информационных агентств или же газет, однако мы учитываем специфику телевидения и переводим прямую речь в косвенную.

*Депутат Госдумы от Крыма Руслан Бальбек отмечает: «Сколько бы там ни кричали и ни ломали копыя в Киеве, как показывает жизнь, ничего умнее Минских соглашений для урегулирования конфликта в Донбассе придумать не удалось».* Трансформируем: *«Минские соглашения – по словам депутата Госдумы от Крыма Руслана Бальбека – единственный вариант урегулирования конфликта в Донбассе»* [<https://russian.rt.com/ussr/news/687689-gosduma-eks-diplomat-donbass-dikoe-pole>].

13. Не заканчиваем сюжет синхрон. Также плохо выглядят связки синхрон-стендап и стендап-синхрон – переход от одной «говорящей головы» к другой. Желательно между ними вставить лайф или закадровый текст.

## Типология ошибок при реализации закадрового текста

1. Эмоциональная окраска при произношении текста вместо содержательной коннотации.

Новости – это журналистика фактов. Иногда, чтобы сделать текст выразительнее и ярче, журналист добавляет эмоциональных слов и тем самым выражает отношение к событиям, людям и навязывает свою точку зрения. Зритель непременно это почувствует и переключит канал.

Цель новостей – передать фактическую информацию (что, где и когда произошло). Поэтому мы также избегаем качественных прилагательных и «раскрываем скобки» – насыщаем текст деталями с места события, а не прибегаем к излишней эмоциональности.

Рассмотрим неудачный пример. *«Донецкая художница Алла Памфилова родилась в богатой и влиятельной семье»*. Это общие фразы, которые не интересны зрителю. Теперь раскроем суть: *«Родители донецкой художницы Аллы Памфиловой владеют акциями «Газпрома» и «Лукойла». Президент России Владимир Путин советуется с ними по промышленным вопросам»*.

Ещё один пример для наглядности: *«Огромный опыт наших профессиональных специалистов подтверждён сертификатами всемирно известных центров – мы гарантируем высокое качество услуг»*. Исправленный вариант: *«Ремонтируем холодильники за 1 день и предоставляем гарантию на полтора года. Мастера прошли сертификацию в ремонтных центрах «Toshiba» и «Samsung»*.

2. Канцеляризм и штампы неуместны.

Насыщение текста «лишними словами» не сделает его красочнее, а скорее превратит в отчёт чиновника. *«Вскоре мои родители будут покупать машину»*. Заменяем действие процессом: *«Вскоре мои родители купят машину»*.

*«Российский писатель Рудольф Данилов принял участие в конференции»*. Уберём канцеляризм: *«Российский писатель Рудольф Данилов поучаствовал в конференции»*.

*«На улице Вязов был убит кот». Уберём страдательный залог: «На улице Вязов убили кота».*

Также слежует избегать штампов и устойчивых выражений, которые Д.Э. Розенталь называл «стёртыми пятаками»: *«И здесь на помощь придут наши сверхмолекулы».* Трансформируем: *«Благодаря молекулам серебра мы отмоем застывший жир без воды».*

*«Мы отправляемся в путешествие по закоулкам памяти».* Скажем проще: *«Вспомним юность».*

Краткий словарь табуированных выражений: продающий сайт, свежие идеи, не имеет аналогов за рубежом, команда профессионалов, широкий ассортимент, индивидуальный подход к каждому клиенту, вершина айсберга, гибкая ценовая политика, широкий спектр услуг, лидер рынка, демократические цены, современные технологии, превзойдёт ваши ожидания, богатый опыт, долгие годы, сжатые сроки, постсоветское пространство, революционный метод, по праву считается, завоевать доверие, длительный срок службы, комплексное решение, залог успеха, розовые очки.

## Правила оформления реферата

В последние годы поиск необходимой информации значительно облегчился в связи с появлением электронных каталогов и систем каталогов, отражающих содержание фондов сотен и даже тысяч библиотек. Одна из таких систем работает в Российской Национальной библиотеке (РНБ, Санкт-Петербург). Сотрудниками этой универсальной библиотеки создана также система OPAC-Global, электронный вариант информационно-поисковой системы РНБ (<http://www.nlr.ru>), благодаря которой исследователь может оперативно получить информацию о публикациях по интересующей его теме.

Для студентов наиболее распространенным видом самостоятельной работы, оформленной письменно, является *реферат*. В классическом варианте реферат – это сокращенное изложение содержания первичной публикации с основными фактическими сведениями и выводами; реферат должен включать возможно больше информации, содержащейся в первичном документе.

Рефераты студентов обычно обладают следующим недостатком: они представляют собой лишь краткое и довольно поверхностное раскрытие какой-либо темы на основе использования двух-трех источников информации. Авторы многих таких работ даже не считают нужным указывать эти источники. Между тем ссылка на источник информации при использовании цитат, статистических данных, сведений, впервые входящих в научный оборот, является необходимым условием оформления научной работы. Несмотря на то, что студент создает текст компилятивного характера, он также должен придерживаться этого требования: именно таким образом выработается соответствующий навык, который пригодится при работе над текстом и оформлении магистерской диссертации.

*Этапы работы над текстом реферата:*

1. Выбор темы и согласование ее с научным руководителем.

2. Составление библиографии по теме с использованием систематического или электронного каталога

3. Конспектирование или составление тезисов с указанием источника информации (удобнее делать такие записи на отдельных листах небольшого формата или карточках).

4. Составление плана реферата на основе систематизированных записей.

5. Написание текста работы (объем реферата – от 10 до 25 листов формата А4).

*Составные части реферата:*

1. Титульный лист (образец см. ниже).

2. Оглавление.

3. Введение (в нём обосновывается выбор темы, даётся краткий обзор источников и литературы, формулируются цели и задачи автора).

4. Основная часть (содержит фактический материал, на основании которого автор собирается делать определённые выводы; может состоять из нескольких глав, разделов).

5. Заключение (содержит авторские выводы).

6. Список источников и литературы.

К изложенному выше следует добавить, что текст печатается с *одной* стороны листа; страницы нумеруются, начиная с титульного листа, но на нём номер не проставляется. В необходимых случаях делаются сноски на источник информации. Образец оформления сносок см. ниже.

*Список литературы* составляется в алфавитном порядке (по фамилиям авторов или по названиям, если упоминается коллективный труд, у которого более 4-х авторов).

Если используется иноязычная литература, она указывается в алфавитном порядке после публикаций на русском языке.

В список все публикации включаются в соответствии с требованиями краткого *библиографического описания* (библиографической записи). В него входят:

- фамилия (фамилии) автора и его инициалы,
- название книги или статьи (без кавычек).
- выходные данные (место издания, издательство, год издания).
- для статьи в журнале или сборнике: название, год, номер или для сборника – выходные данные.

В связи с увеличением потока информационных ресурсов на электронных носителях возникла необходимость в выработке требований к их описанию. Студентам при написании рефератов и других текстовых работ следует помнить, что ссылки на электронные ресурсы так же обязательны, как и на печатные источники информации. Их перечень приводится после списка литературы (указываются электронные адреса), а для динамических электронных ресурсов (т.е. изменяющихся во времени) делается примечание с указанием даты их использования.

### **Тематика рефератов**

1. Понятие о русском красноречии.
2. Основные этапы развития красноречия на Руси.
3. Авторская риторика Феофана Прокоповича.
4. Авторские риторик, их место в русском красноречии.
5. Учение о красноречии М.В. Ломоносова.
6. «Правила высшего красноречия» М. Сперанского.
7. Красноречие и риторика: сходство и различия.
8. Крылатые выражения древнего мира в современном русском языке.
9. Крылатые латинские изречения. Их употребление в речи.
10. Крылатые слова и выражения. Их употребление в речи.
11. Философские изречения Древней Греции и древнего Рима. Их употребление в речи.
12. Русские пословицы и поговорки в современном русском литературном языке.
13. Красноречие в публичном выступлении.
14. Устная речь, ее особенности.
15. Лексическая культура оратора.

16. Соблюдение требований грамматики в устной речи.
17. Интонационно-выразительные средства речи.
18. Техника звучащей речи.
19. Место невербальных средств коммуникации в человеческом общении.
20. Взаимозависимость вербальных и невербальных средств общения.
21. Невербальные средства общения с точки зрения лингвистики.
22. Роль жеста, мимики, пластики в публичном выступлении.
23. Проблема общения между людьми как одна из основных проблем современности.
24. Язык жестов – основа невербального общения.
25. Человеческая речь и современная цивилизация.
26. Речь – необходимое условие познавательной деятельности человека.
27. Эстетические качества устной речи.
28. Основные законы культуры общения сегодня.
29. Коммуникативно-речевые способности в структуре профессиональных качеств.
30. Образность как важнейшее коммуникативное качество речи.
31. Выразительность речи
32. Экспрессивность как одно из свойств устной речи.
33. Свойства и средства устной (звучащей) речи.
34. Эмоционально-экспрессивная лексика как одно из средств выражения эстетической функции языка.

## Вопросы к экзамену

1. Понятие риторики как науки.
2. Концепция античной риторики Аристотеля.
3. Схоластическая риторика 18 века.
4. Причины возрождения риторики в 20 веке.
5. Теория речевого воздействия Дейла Карнеги.
6. Филологическая риторика 20 века.
7. Практическая риторика и её структура.
8. Роль публичной речи в современном мире.
9. Способы речевого воздействия на личность.
10. Трудности публичного выступления.
11. Общие требования к публичному выступлению.
12. Позиции оратора в ходе публичного выступления.
13. Противостояние слушателей оратору.
14. Виды публичных выступлений.
15. Способы подготовки оратора к выступлению.
16. Экспромт как способ реализации ораторского выступления:  
положительные и отрицательные стороны.
17. Этап подготовки к ораторскому выступлению.
18. Подготовка конспекта ораторского выступления.
19. Способы выработки уверенности в себе во время публичного выступления.
20. Психологическая и физическая подготовка к публичному выступлению.
21. Восприятие оратора аудиторией. Проблема первого впечатления.
22. Зрительно воспринимаемые элементы речи: внешность оратора, невербальное поведение.
23. Организационная подготовка публичного выступления. Расположение и движение оратора в аудитории.
24. Голос и интонация оратора.
25. Приёмы борьбы с волнением во время публичного выступления.

26. Реакция оратора на неполадки и помехи в ходе публичного выступления.
27. Общие принципы построения публичного выступления.
28. Структура публичного выступления.
29. Аргументация и её роль в публичной речи.
30. Язык и стиль публичного выступления.

## Терминологический словарь

**Абзац** (нем.) – часть текста (его компонент), обладающая самостоятельностью. Текст делится на абзацы по замыслу автора, на письме выделяется отступом, в устной речи – паузами и интонационно.

**Авторитет** (лат.) – всеобщее признание; лицо, пользующееся признанием. Ссылка на мнения авторитетов – один из приемов риторики.

**Агитационная речь.** *Агитация* (лат.) – распространение политических идей, средство убеждения (напр., на выборах в парламент).

**Академическое красноречие** – мастерство научного доклада вузовской и иной лекции, учебной беседы, популяризации знаний и пр.

**Актуальность** речи – важность, нужность ее содержания слушателям.

**Акцио** (лат.) – название 5-го раздела классической риторики; исполнение подготовленной оратором речи.

**Аллегория** (греч.) – иносказание, один из видов тропов: отвлеченная мысль передается через конкретный, отчетливо представляемый образ.

**Аллюзия** (лат.) – стилистический прием, намек (обычно шуточный) на какой-то факт, известный не всем, а единомышленникам автора.

**Активный словарь** (словарный запас) – слова, который говорящий на данном языке не только понимает, но и употребляет, активно использует. В зависимости от уровня языкового развития людей их активный словарь составляет в среднем от 300-400 до 1500-200 слов.

**Аналогия** (греч.) – сходство между предметами, явлениями в каких-то отношениях:

- прием рассуждения, доказательства;

- форма умозаключения: на основании сходства предметов в каком-либо отношении делается вывод о сходстве и в других отношениях.

**Анафора** (греч.) – единоначатие, повторение начальных слов ряда предложений или оборотов речи.

**Анахронизм** (греч.) – намеренное перенесение автором названий, имен, понятий из одной эпохи в другую. Так, современные авторы вкладывают в руки защитников Родины меч как символ мужества.

**Аннотация** (лат.) – краткая справка о книге, статье и пр.: тема, позиция, назначение, основное содержание, адресат, библиографические сведения. Краткая характеристика публикации.

**Антитеза** (греч.) – фигура речи, построенная на противопоставлении, нередко – на антонимической паре.

**Арго** (фр. argot), **жаргон**, **сленг** (англ.) – речь определенных социально замкнутых групп, искусственно создаваемая с целью языкового обособления. *Арго преступного мира* и т.п.

**Арготизмы** – слова и обороты, входящие в состав какого-либо арга.

**Аргумент** (лат.) – довод в споре, в рассуждении, в доказательстве; обычно – факт, бесспорный, неопровержимый, ясный, проверенный.

**Апология** (греч.) – восхваление, заступничество; защита кого-либо или ч.-л., часто предвзятая.

**Архаизм** (греч.) – устаревшее слово или словосочетание, имеющее аналог в современном языке. Употребленное автором в выразительных, стилистических целях: позволяет воспроизвести колорит эпохи, создает атмосферу высокого стиля.

**Афоризм** (греч.) – краткое меткое изречение, лаконичное, емкое, несущее в себе значительную, важную мысль; нередко строится как антитеза или иная фигура речи. *Служить бы рад – прислуживаться тошно!* (А.С.Грибоедов).

**Биография** (греч.) – жизнеописание, история жизни. Описание собственной жизни – *автобиография*. Пишется с деловой целью, с целью сохранения памяти, с художественной целью.

**Введение (вступление)** – начальная структурная часть композиции речевого произведения.

**Виды речи** (психолингвистическая классификация): речь внутренняя, мысленная, и речь внешняя, она подразделяется на устную (говорение и аудирование) и письменную (письменное выражение мысли и чтение).

**Воодушевляющая речь:** она может не нести в себе новой информации, или прямолинейной агитации, или прямого призыва к действию, но она помогает человеку почувствовать себя личностью, проникнуться нравственной идеей, укреплять силу духа, волю. Обращена к чувствам, к духовному миру человека. Например, церковная проповедь.

**Вопрос риторический** (фигура речи) или вообще не требует ответа, или ответ содержится в самом вопросе. Например: *Что может быть постыднее недомыслия?* (Цицерон).

**Восклицание риторическое** (фигура речи) – выражение эмоций оратора, прием, привлекающий внимание слушателей.

**Вульгаризмы** (от лат. vulgaris – простонародный) – грубые слова или выражения, находящиеся за пределами литературной лексики (вместо *лицо* – *рожа*, вместо *есть* – *лопать* и т.п.).

**Вывод** – завершающая часть рассуждения, в которой подтверждается или опровергается тезис.

**Выразительность** (экспрессивность) – качество речи, отличающее ее от обычной, нейтральной речи: образность, эмоциональная окрашенность, в устном варианте – интонации, паузы и пр.

**Высказывание** – единица сообщения, обладающая смысловой целостностью. Может совпадать с предложением, с компонентом текста.

**Гипербола** (греч.) – один из тропов, образное выражение, содержащее непомерное преувеличение размера, силы, значения и т.п. при характеристике какого-либо явления. Например: *...Рукою молнии ловил.* (М.Ю. Лермонтов).

**Гипотеза** (греч.) – продолжение, требующее подтверждения.

**Главная часть произведения** – та его композиционная часть, в которой сосредоточены наиболее важные факты, идеи, обобщения, выводы. Содержит развитие и разрешение основного замысла.

**Гомилетика** (греч.) – учение о мастерстве церковной проповеди, беседы священника с верующими.

**Градация** (лат.) – стилистическая (риторическая) фигура: лесенка близких по смыслу слов с нарастанием (или убыванием) их силы, усиливающая впечатление. Например: *Не жалею, не зову, не плачу...* (С.Есенин).

**Дедукция** (лат.) – логическое умозаключение от общего суждения к частным (или другим общим) выводам.

**Деловая речь.** Устная: переговоры в производственной, коммерческой, административной сферах; письменная: используемые в этих сферах документы (договоры, акты, доверенности, заявления и пр.). Отличается высокой точностью, строгой юридической обоснованностью, полным отсутствием средств языковой выразительности, экспрессии.

**Диалектизмы** (греч.) – особенности местного говора, диалекта: фонетические (например: фрикативный [г]); лексические (напр., *чапельник*, *цапля*, *печник – сковородник*) и пр.

**Диалог** (греч.) – разговор двух человек (иногда – нескольких: полилог). В диалоге говорящий и слушающий все время меняются ролями. Употребителен термин *диалогическая речь*.

**Дипломатическое красноречие** – одна из ветвей ораторского мастерства, требует высокой точности, соблюдения этикета, высокого уровня культуры, международных правовых норм.

**Дискуссия** (лат.) – обсуждение какого-либо спорного политического, научного, дипломатического и т.п. вопроса, доклада, книги на конференциях, собраниях, в прессе и др. Обычно имеет своей целью выявление общности подходов, достижение согласия между её участниками.

**Диспозиция** (лат.) – один из основных разделов классической риторики, «расположение»: в нем рассматривается композиция речей, сочинений, в зависимости от жанра и типа речи.

**Доказательство** – логическая операция, в ходе которой проверяется истинность какого-то утверждения (тезиса, гипотезы). Бывают прямые и косвенные, «от противного», дедуктивные и индуктивные. В доказательстве используются аргументы (доводы), факты, примеры, ранее доказанные истины,

мнения авторитетов, опровержения противоположных мнений, применяются математические методы (статистика, теория вероятностей).

**Завязка** – начальный момент фабулы (сюжета) текста, в ней обычно намечается конфликт.

**Заключение** – завершающая композиционная часть речевого произведения, содержит выводы, ответ на вопрос, постановку новых задач. **Заметки** – краткие записи, выписки из книг, библиографические сведения, словесные зарисовки, которые накапливает автор, готовящийся к докладу, выступлению, собирающий материал для статьи и пр.

**Импровизация** (лат.) – быстрое, без подготовки, сочинение и исполнение стихов, прозы, музыки, а также продукт такого творчества. Умение, необходимое оратору (в варианте прозы). Требует огромных знаний, развитых механизмов речи, большой натренированности.

**Инвектива** (лат.) – резкое выступление против кого-либо, словесный выпад, обличение; часто носит оскорбительный оттенок.

**Инвенция** (лат.) – один из основных разделов классической риторики, «изобретение»; в нем определялись правила выбора темы, ее раскрытия, сбора и подготовки материала для выступления, т.е. работы автора над раскрытием своей идеи, своего замысла, над содержанием своего произведения.

**Инверсия** (лат.) – изменение обычного порядка слов в предложении с целью выразительности, передача оттенка мысли (стилистический прием): *Вывели лошадей, Не понравились они мне* (Тургенев). В данном примере сказуемое *не понравились* приобретает фразовое ударение и особую интонацию, передающую сомнение.

**Индивидуальный стиль** (лат.) – совокупность особенностей выбора слов, построения предложений и текста, использования выразительно-изобразительных средств языка, присущих данному автору.

**Индукция** (лат.) – логическое умозаключение от частных, отдельных случаев, фактов – к общему выводу: накопление фактов, их анализ, обобщение, вывод правила, закономерности.

**Интеллект** (лат.) – мыслительная способность человека, рассудок, разум. Интеллектуальное развитие – основа речевого развития.

**Интонация** – ритмико-мелодическая сторона речи, служащая в предложении средством выражения синтаксических значений и эмоционально-экспрессивной окраски. Составными элементами интонации являются *мелодика речи* (в результате повышения и понижения голоса), *ритм, тембр, темп, интенсивность речи, фразовое и логическое ударения*.

**Информационная речь** – содержащая сообщение новых, актуальных, ценных сведений; в отличие от агитационной, воодушевляющей, призывающей к действию речи, ее главная цель – сообщение.

**Ирония** (греч.) – стилистический прием (троп) контраста видимого и скрытого смысла высказывания, придает последнему эффект насмешки.

**Исполнение подготовленного выступления** – см. *акцию*. Включает: знание адресата речи, контакт с аудиторией, внешность и умение оратора держаться, выразительность устной речи, жесты и пр.

**Каламбур** (фр.) – игра слов, основанная на омонимии, шуточный прием, создающий комическую ситуацию, например: *Он двадцать лет был нерадив, Единой строчки не родив*. (Н. Минаев).

**Классическая риторика** – учение, сформировавшееся в Древней Греции, развитое в Риме (Аристотель, Цицерон, Квинтилиан и др.), получившее развитие во Франции и других странах Европы, включая Россию (Ломоносов, Сперанский, Кошанский и др.), преподававшееся в учебных заведениях. Ныне в значительной мере уступает место неориторике.

**Кинетическая речь** – общение при помощи языка жестов.

**Клише** (фр.) – речевой стереотип, готовый оборот, стандарт, легко используемый в определенных условиях; облегчает восприятие. Используется в массовой коммуникации, напр., в сообщении о землетрясении: *Жертв и разрушений нет*.

**Коммуникация** (лат.) – общение, связь, обмен информацией; коммуникация с помощью средств языка – речь. Возможна невербальная коммуникация.

**Компиляция** (лат.) – работа, составленная путем заимствования чужого текста и не несущая в себе самостоятельной мысли и новизны.

**Композиция** (лат.) – построение, внутренняя структура произведения (сочинения, речи и пр.). Имеет свои приемы.

**Конспект** (лат.) – краткое письменное изложение какого-либо сочинения; конспектируются статьи, книги лекции, доклады и пр.

**Контекст** (лат. contextus – тесная связь, соединение). 1. Законченный в смысловом отношении отрезок письменной речи, дающий возможность точно установить значение каждого входящего в него слова или предложения. 2. Условия употребления данной языковой единицы в речи (речевая ситуация).

**Крылатые слова** – меткие, образные, часто воспроизводимые обороты речи и отдельные слова; как правило, несут в себе иносказание. Обычно приходят:

- из античной мифологии – *разрубить Гордиев узел, Терпсихора* (муза – покровительница танцев);

- из Библии – *чечевичная похлебка, нести свой крест*;

- из мировой и русской литературы: *А король-то голый!* (Андерсен), *Обломов* (Гончаров), *Что станет говорить княгиня Марья Алексевна?* (Грибоедов) и пр.

**Кульминация** (лат.) – композиционная часть повествовательного произведения; высшая точка напряжения в развитии сюжета, предшествующая разрешению конфликта.

**Культура речевого общения** – соблюдение совокупности требований к хорошей, т.е. достигающей коммуникативных целей речи:

а) актуальность, истинность, способность заинтересовать слушателя;

б) соответствие законам логики и композиции;

в) соответствие языковой норме;

г) целесообразный выбор средств языка, выразительность и др.

**Лаконичная** (от греч. Лаконика – область в Греции) **речь** – речь краткая, четкая, чеканная: словам тесно – мыслям просторно.

**Лекция** (лат.) – публичное выступление на научную тему в вузе, в колледже, в гимназии. Лекции могут быть публичными, общедоступными.

Читаются циклы лекций, целые лекционные курсы. Лекция подчиняется правилам: временные рамки, строгий научный стиль речи, последовательность, логика...

**Лингвистика** (лат. lingua – язык) – наука о языке. *Лингвистика математическая; прикладная; структурная и др.*

**Литота** – один из тропов, образное выражение, содержащее преуменьшение размера, силы, значения при характеристике какого-либо явления.

**Логика** (греч.) – наука о формах и закономерностях мышления. Ее единицы: понятия, суждения, умозаключения разнообразных типов. Операции: выделение признаков явлений, сравнение, обобщение, субординация понятий, построение рассуждений, доказательств и др. Средства логики широко использует риторика. Важнейшие законы логики: закон тождества, закон противоречия, закон исключенного третьего, закон транзитивности равенства, закон двойного отрицания и др.

**Логическое ударение** – усиление голоса на том слове в фразе, которое автор (говорящий) хочет подчеркнуть, придать ему большее значение: *Дай мне эту книгу!*

**Логичность речи** – одно из требований культуры общения. Соблюдение законов и правил логики: так, закон тождества будет нарушен, если оратор, - может быть, неосознанно, - начав речь, термином *экология* обозначает одно понятие, а в дальнейшем вкладывает в это слово иное понятие (значение)

**Логос** (греч.) – одно из трех оснований риторики в античном мире: словесное, мыслительное начало.

**Манеры оратора** – личностные свойства, привычки, факты внешнего поведения: сдержанность – развязность, открытость – замкнутость, доброжелательность – безразличие и пр. Известно, что ораторам вредили привычки сморкаться, вытирать пот, чрезмерная жестикуляция, привычка смотреть в сторону, часто поправлять воротничок и т.п.

**Массовая коммуникация** (масс-медиа) – речь, обращенная не к определенным лицам, а ко всем: радио, телевидение, пресса, реклама,

объявления, плакаты и пр. Она определяет воздействие огромной силы, используется властями, политическими партиями и пр.

**Меморио** (лат.) – так назывался раздел классической риторики, в котором рассматривались приемы запоминания, сохранения в памяти всего того, что подготовлено оратором на первых трех этапах работы над содержанием речи, над композицией, над словесным выражением.

**Метафора** (греч.) – слово или выражение, употребленные в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух явлений: напр.: *Смирись вы, моей весны Высокопарные мечтанья* (Пушкин). *Весны* – т.е. юности.

**Микротема** (греч.) – наименьший предельный отрезок текста, тему которого можно назвать; выделяется при делении готового или создаваемого текста. Напр., тема «В лесу» разделяется на подтемы «Деревья», «Кустарники», «Травы»; подтема «Деревья» – «Лиственные» и «Хвойные»; подтема «Хвойные» распадается на «Ель» и «Сосна»; в теме «Ель» – микротемы – «Ее ветки – мохнатые лапы», «Ее шишки» и пр.

**Монолог** (греч.) – речь одного человека, в отличие от диалога. Речь оратора имеет форму монолога. Однако в некоторых ситуациях монолог оказывается частью диалога, например, в дискуссии, в полемике.

**Невербальные средства общения** – неязыковые; взгляды, мимика, улыбки, жесты, указания на предметы, различные сигналы – стук, звонок; в тактильном общении – прикосновения; молчание в определенных случаях тоже есть средство общения.

**Неологизм** (греч.) – новое слово, только входящее в массовое употребление. В некоторых случаях неологизмы создает писатель: *Вот олиствятся леса* (Л.Мей). Авторский, окказиональный неологизм.

**Неориторика** – новая риторика, возникла во второй половине XX в. на основе идей классической риторики в результате поиска оптимальных алгоритмов общения, речевого воздействия на людей. В основу неориторики положены новые научные направления – психолингвистика, теория коммуникации, лингвистика текста и др.

**Норма языковая** – общепринятые и узаконенные правила, установки, образцы и пр. в использовании языка. Выделяется

-произносительная норма (фонетика, орфоэпия, интонация);

-словоупотребительная, лексическая – ее определяют словари;

- морфологическая – правила формообразования; синтаксическая, орфографическая.

**Обобщение** – одна из основных форм (операций) мышления – выделение относительно устойчивых свойств явлений и предметов, образование понятий, выявление связей между ними и пр.

**Обратная связь** – отклик на речевое высказывание: ответ на вопрос, согласие или несогласие, новое выступление и пр. Обратная связь может иметь форму действия: выслушав оратора, люди поступили по его рекомендациям.

**Обращение риторическое** – стилистическая фигура, играющая роль усиления эмоционального восприятия, напр.: *Ветры мои, ветры, вы буйные ветры!* (Русская народная песня).

**Оксюморон** (греч.) – стилистическая фигура, в которой как бы сливаются противоположности: *грустная радость* (С.Есенин), *живой труп* (Л.Толстой).

**Олицетворение** – троп, в котором животные и неживые предметы наделяются человеческими свойствами.

**Омографы** – слова, совпадающие по правописанию, но не по произношению (*атлас, замок и т.п.*).

**Омонимы** - слова, имеющие одинаковое звучание, но различные значения (*коса, лук и т.п.*).

**Омофоны** – слова, одинаково звучащие, но различные по значению (*лук – лук*).

**Описание** – один из функционально-смысловых типов речи (наряду с повествованием и рассуждением), в нем раскрываются признаки предметов, рисуются картины, внешность человека и т.п., - портрет, интерьер, пейзаж. В описании сюжет не играет существенной роли, действующее лицо – сам автор.

**Отзыв** – жанр научного или публицистического сочинения, в котором дается краткий анализ и оценка книги, спектакля, проекта и пр. близок к рецензии, но отличается меньшим объемом, полнотой.

**Отчет** – жанр деловой речи, обычно составляется письменно по схеме: цель мероприятия, место, сроки, участники; содержание работ, их анализ и оценка; трудности и неудачи, их причины, преодоление; общая оценка работ, перспективы.

#### **Ошибки речевые:**

- неточное употребление слова;
- просторечные и диалектные слова в литературном тексте;
- неправильное образование форм склонения, спряжения;
- нарушение сочетаемости слов;
- неправильное построение предложений, словосочетаний;
- неоправданные повторы и пр.

**Панегирик** (греч.) – изначально: у древних греков – патриотическая речь, в которой восхвалялись подвиги предков и героев-современников. Позднее: похвальное слово в честь кого-либо. Современное значение: восторженная и неумеренная похвала.

**Парадокс** (греч.) – суждение, резко расходящееся с общепринятым мнением; неожиданный поворот в рассуждении, «зигзаг» мысли.

**Паралингвистика** – раздел языкознания, изучающий сферу невербальной коммуникации, т. е. факторы, сопровождающие речевое общение и участвующие в передаче информации (речевая ситуация, жесты, мимика и т.п.)

**Пародия** (греч.) – шуточное подражание, воспроизводящее в усиленном, обостренном виде какие-либо не очень удачные образы и обороты речи автора (чаще – в стихах).

**Паронимы** – слова, близкие по звучанию, но имеющие различные значения (*база – базис, эффект – эффективность*).

**Парафраз, парафраза**, а также **перифраз и перифраза**(греч. paraphrasis – описательный оборот, описание). 1.Выражение, являющееся описательной передачей смысла другого выражения или слова. *Пишущий эти строки* (вместо

«я» в речи автора. 2. Троп, состоящий в замене названия лица, предмета или явления описанием их существенных признаков или указанием на характерные черты. *Туманный Альбион* (вместо «Англия»).

**Пассивный словарь** - слова знакомые, но не употребляемые говорящим в обычном речевом общении.

**Патристика** (от лат. pater - отец) – термин, обозначающий совокупность теологических, философских и политико-социологических доктрин христианских мыслителей II-VIII вв., т.н. отцов церкви (на Востоке и на Западе в качестве таковых почитаются разные деятели).

**Пафос** (греч.) – одно из трех оснований риторики в античном мире: эмоциональное начало в речи оратора.

**План** – схема, модель, словесные наброски проектируемого произведения. Необходимый этап работы автора.

**Плеоназм** (греч. pleonasmus – излишество) – речевое излишество, многословие, употребление слов, излишних с точки зрения смысла. *Каждая минута времени.*

**Повествование** – один из функционально-смысловых типов речи (наряду с описанием и рассуждением); в повествовании излагаются события, развиваются действия, оно динамично, имеет сюжет и персонажей, содержит диалоги, нередко вводятся элементы описания, реже – рассуждения.

**Повторы слов, оборотов речи, предложений** – стилистические приемы, фигуры, усиливающие воздействие речи на слушателя: повторы в начале предложений (или строк в стихах), - анафора, в конце – эпифороритмические повторы и рифмы, повторение важной мысли в разном языковом оформлении и пр.

**Поговорка** – образное, иносказательное выражение, лаконичное по форме, метко определяющее какое-либо жизненное явление. *Вот где собака зарыта. Не в коня корм.*

**Подтекст** – словесно не выраженный, подразумеваемый смысл высказывания.

**Полемика** (фр.) – спор, преимущественно в политике, науке, - вид дискуссионной речи.

**Полиглот** – человек, владеющий многими языками.

**Полисемия** – многозначность.

**Политические речи** – речи, связанные с социальными проблемами, с борьбой партий, с деятельностью власти и пр. Весьма широко представлены в практике ораторского искусства. Как правило, полемичны, остры, имеют выраженную авторскую позицию, своего адресата.

**Понятие** – одна из форм мышления, высшая форма обобщения; различают житейские и научные понятия; передается словом, словосочетанием.

**Пословица** – образное законченное изречение, имеющее (в отличие от поговорки) назидательный смысл. *Что посеешь, то и пожнёшь.*

**Прикладная лингвистика** – отрасль языкознания, занимающаяся вопросами теории языка с учётом возможностей его использования для решения практических задач (машинный перевод и т.п.).

**Притча** – аллегорический поучительный (реже – сатирический) небольшой сюжетный рассказ. Напр.: *Притча о Блудном сыне*. Нередко вводится в структуру публичной речи.

**Прогнозирование** – предвидение, основанное на анализе фактов, на аналогиях ожидаемого выступления с речью.

**Пролог** – вводная часть повествования произведений, подготавливающая читателей к развертыванию сюжета.

**Произношение** – одна из важнейших характеристик устной речи: ясное, правильное, выразительное воспроизведение звуковой стороны речи.

**Просодия** (греч. *prosodikos* – припев, ударение) – общее название таких ритмико-интонационных сторон речи как высота тона, длительность, громкость и т. п.

**Просторечие** – слова, выражения, формы слов, не входящие в норму литературной речи.

**Протокол** (греч.) – документ, фиксирующий ход обсуждения какого-либо вопроса на собраниях, конференциях; содержащий описание каких-то обследованных обстоятельств, действий, фактов и пр.

**Психолингвистика** – отрасль языкознания, возникшая в 50-е гг. XX в. и изучающая процесс речи с точки зрения соотношения между содержанием речевого акта и намерением говорящего (пишущего) лица. Психолингвистика изучает также связи между содержательной стороной языка и общественным мышлением, общественной жизнью. Психолингвистика служит основой ряда направлений неориторики.

**Профессионализм** – слово или выражение, свойственное речи той или иной профессиональной группы (профессиональный арготизм). *Выдать на-гора. Отбить склянки.*

**Пуризм** (лат. purus – чистый) – стремление к сохранению языка в неприкосновенном виде, борьба против языковых новшеств (неологизмов, иноязычных заимствований), ограждение литературного языка от проникновения в него элементов, отклоняющихся от нормы, что является естественным для развития живого языка.

**Развязка** – разрешение конфликта в повествовательном произведении.

**Разговор** – диалог, общение, как правило, вне официальных условий; беседа; характеризуется упрощенным синтаксисом, сниженной лексикой.

**Разговорные стили** (по одной из классификаций): литературно-разговорный и разговорно-бытовой – в рамках нормы; вне рамок нормы – просторечие, жаргоны.

**Рассуждение** – функционально-смысловой тип речи (наряду с описанием, повествованием), строится на логических умозаключениях, на причинно-следственных связях. Истинность какого-либо суждения доказывается или опровергается с помощью аргументов.

**Редактирование** текста – его выверка, правка, обработка, доведение до совершенства. Касается содержания текста; его построения, логики, доступности адресату; его языковой правильности, в выборе слов, в построении синтаксических конструкций.

**Резюме** (фр.) – краткое изложение сути речевого выступления, краткий вывод, заключение.

**Релевантность** – смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением.

**Реплика** (фр.) – краткое замечание, ответ в диалоге.

**Реферат** (лат.) – 1. Доклад на определенную тему, краткое изложение какой-либо научной публикации. *Автореферат* изложение сути собственного труда.

**Речевая ситуация** – стечение обстоятельств жизни, побуждающее человека к высказыванию.

**Речевая (языковая) среда** – совокупность речевых влияний на человека: речь окружающих людей, читаемая литература, передачи по радио, телевидению и пр. На основе речевой среды у ребенка накапливаются языковые средства, аналогии форм и значений, формируется языковое чувство.

**Речевой этикет** (фр.) – установленный и общепринятый порядок речевого поведения, правила вежливого обращения; речевые формы приветствия, прощания, просьбы, благодарности, знакомства, извинения и т.п. в различных условиях.

**Речь** – это слово имеет три терминологических значения: 1. Речь как процесс, т.е. речевая деятельность; напр., *механизмы речи; речевой акт*. 2. Речь как результат, т.е. текст; напр., *грамматически правильная речь; записи речи ребенка*. 3. Речь как ораторский жанр; напр., *Прокурор произнес обвинительную речь*.

**Ритм** (греч.) – одна из характеристик звучащей речи; чередование ее элементов: ударных и безударных слогов, синтаксических конструкций сходных типов и пр. с целью выразительности, легкости усвоения и пр.

**Риторика** (греч.) – теория и практическое мастерство красноречия (устного и письменного), убеждения, воздействия средствами речи.

**Сарказм** (греч.) – язвительная, жестокая насмешка, построенная на контрасте внешнего смысла и подтекста.

**Семантика** (греч. *semantikos* – обозначающий) – смысловая сторона, значение отдельных языковых единиц: морфем, слов, словосочетаний, грамматических форм.

**Семиотика** – наука о знаковых системах.

**Синекдоха** (греч. *synekdoche* – соподраживание) – перенос значения с одного явления на другое по признаку количественного соотношения между ними: употребление названия целого вместо части, общего вместо частного и наоборот. *Начальство осталось довольно* (вместо «начальник»).

**Синонимия** – совпадение в основном значении (при сохранении различий в смысловых оттенках и стилистической окраске) морфем, слов (абсолютные, идеографические, контекстуальные, однокоренные, стилистические синонимы), синтаксических конструкций, фразеологических единиц.

**Синтез** (греч.) – соединение, обобщение в познавательной деятельности (в отличие от анализа); в речи *синтез* – это построение конструкций: предложений, текста.

**Сленг** (англ.), арг (франц.), жаргон – слова и выражения, употребляемые лицами определённых профессий или социальных групп.

**Сопоставление** – логический прием, способствующий пониманию; выяснение сходств и различий предметов, явлений; сравнение; при существенных различиях – противопоставление.

**Социолингвистика** – отрасль языкознания, изучающая общественные условия развития языка; ее проблемы: языковую политику, язык власти, культуру речи, язык массовой коммуникации, статистику языка и пр.

**Специальная лексика** – слова и словосочетания, которые называют предметы и понятия, относящиеся к различным сферам трудовой деятельности человека, и не являются общеупотребительными. В специальную лексику входят термины и профессионализмы.

**Сравнение** – 1. Сопоставление для установления сходства и различия, логическая операция. 2. Троп, построенный на сопоставлении двух предметов, понятий или состояний, обладающих общим признаком.

**Старославянский язык** – древнейший литературно-письменный язык славян, зафиксированный в памятниках IX-XI вв. В его основе лежала литературная традиция переведённых во второй половине IX в. Константином (Кириллом после принятия монашества в 869 г.) и Мефодием и их учениками греческих богослужебных книг. Среди восточных славян стал широко распространяться после принятия христианства в качестве государственной религии в 988 г. Будучи сначала только языком богослужения, проник в дальнейшем и в нецерковные письменные стили, а затем и в устную русскую речь.

**Стилизация** – подражание внешним формам какого-либо стиля: народно-поэтического, свойственного классицизму и т.п.

**Стилистика** (лат.) – раздел языкознания, изучающий стили языка, речи, жанровые стили, индивидуальные; теория, исследующая условия выбора средств языка в зависимости от условий и целей коммуникации.

**Стилистические (или риторические) фигуры** (фигуры речи) – конструкции, способствующие выразительности речи: анафора (единоначатие), эпифора (повтор-концовка), параллелизм, антитеза, градация, инверсия, эллипсис, умолчание, риторические вопросы, обращения и восклицания, многосоюзие и бессоюзие и др.

**Стиль** (от греч. *stylos* – палочка для письма) – 1. Разновидность языка, характеризующаяся особенностями в отборе, сочетании и организации языковых средств в связи с задачами общения. *Функциональный стиль*. 2. Совокупность приёмов использования средств языка, характерная для какого-либо писателя, произведения, жанра. *Стиль романтиков*. 3. Отбор языковых средств по принципу экспрессивно-стилистической их окраски. *Стиль официальный. Стиль юмористический*. 4. Построение речи в соответствии с нормами словоупотребления и синтаксиса. *Стиль небрежный. Ошибки в стиле*.

**Стиль речи** – применение языкового стиля к данной речевой сфере. Различаются стили устной (разговорный, ораторский) и письменной (научный, деловой и др.) речи.

**Суждение** – логическая структура: мысль, в которой утверждается или отрицается что-либо относительно предмета или явления, напр. *Железо тонет в воде.*

**Схоластика** (от греч. scholastikos – школьный, учёный) – тип религиозной философии, характеризующийся соединением теолого- догматических предпосылок с рационалистической методикой и интересом к формально-логическим проблемам. Наибольшее развитие получила в Западной Европе в средние века. В переносном смысле – оторванное от жизни бесплодное умствование.

**Табу словесное** – слово, употребление которого запрещено или ограничено под влиянием внелингвистических факторов (суеверия, предрассудков, стремления избежать грубых выражений и т.п.).

**Тезаурус** (греч.: запас, сокровище) – набор взаимосвязанных сведений о предмете разговора, постоянно пополняющийся в процессе коммуникации; словарь языка с полной смысловой информацией.

**Тезис** (греч.) – положение, требующее доказательства; первая часть модели дедуктивного рассуждения. Кратко сформулированное положение подготовленного доклада, выступления; обычно во мн.ч. – *тезисы.*

**Текст** (лат. textus – ткань, сплетение, соединение) – 1. Продукт, произведение речевой деятельности; последовательность знаков (слов, предложений), объединённая смысловой зависимостью. Основными свойствами текста являются связность и цельность. 2. Произведение речи, зафиксированное на письме или иным способом.

**Тема** (греч.) – предмет речи, сочинения, разговора и т.п. При актуальном членении та часть высказывания, которая содержит известное и служит отправной точкой нового.

**Техника** речи – совокупность умений и навыков, главным образом, выразительной устной речи; владение приемами построения речи и выбора средств языка; построение типовых конструкций деловых бумаг; графические умения, каллиграфия; техника чтения.

**Тропы** (греч.) – слова или обороты речи, употребленные в переносном значении с целью выразительности: эпитеты, метафоры, сравнения, гиперболы, перифразы, аллегии, олицетворения и пр.

**Ударение фразовое, логическое** – выделение голосом наиболее важных слов; перемена ударения меняет смысл предложения и текста.

**Умозаключение** – логическая конструкция; такая форма мышления, которая обеспечивает правильный вывод из двух или нескольких суждений, напр.: *Все жидкости упруги; вода – жидкость; она упруга.* Обычно умозаключения строятся по свернутой модели; используются в рассуждениях.

**Умолчание** – стилистическая фигура, заключающаяся в том, что начатая речь прерывается в расчете на догадку читателя, который должен мысленно закончить ее.

**Учебное красноречие** – ветвь искусства общения, используется в педагогической деятельности, в педагогическом общении, в преподавании, воспитании.

**Филиппики** (греч.) – гневные, обличительные речи против кого-либо; чаще всего политического характера. Получили такое название в связи с яростными выступлениями афинского оратора Демосфена (IV в. до н.э.), в которых разоблачались агрессивные устремления царя Филиппа II Македонского (отца Александра Македонского), его покушение на демократические ценности греческих полисов.

**Фразеологизмы** (греч. - идиомы) – совокупность устойчивых сочетаний, оборотов речи, значение которых отличается от простой суммы значений и составляющих их слов. Фразеологизмы иносказательны, часто окрашены юмором: *держаться ушки на макушке* – т.е. быть настороже; *купить kota в мешке* – т.е. приобрести что-то, не видя.

**Функции** речи:

- коммуникативная, т.е. функция общения;
- функция формирования и выражения мысли (на уровне внутренней речи);
- функция познавательная, сохранения информации;
- контактная функция, функция передачи эмоций;

-регулятивная, планирующая функция и др.

**Целеполагание** – заключительная ступень мотивационного этапа подготовки высказывания, целевая установка автора, основа плана речи; цель – это осознанная потребность; цель проходит ступени конкретизации и оценивается вероятностно, на основе прошлого опыта.

**Цитата** (лат.) – дословная выдержка из какого-то произведения, из устной речи авторитетного автора, используется в доказательстве или в полемике, в рассуждении. В письменной речи при использовании цитат обязательна ссылка на авторский текст.

**Частные риторика** – области применения общих риторических установок в деятельности политической, судебной, академической, дипломатической, военной и пр.

**Школы риторические** – учебные заведения в Древней Греции и в Риме (позже и в странах Европы), возглавлявшиеся известными ораторами (Лисий, Квинтилиан, Либаний и др.), которые передавали своим ученикам не только теоретические знания, но и манеры. Школы могли различаться и своими научными позициями.

**Эзопов язык** – язык иносказаний, намеков, недомолвок, каламбуров, притч; высоко ценился в ораторских школах. Эзоп – древнегреческий баснописец, сюжеты произведений которого использовались другими авторами (Ж. Лафонтен, И.А. Крылов).

**Экспозиция** (лат.) – начальный композиционный элемент повествовательного произведения; в ней характеризуется обстановка и излагаются события, предшествовавшие основному действию. Может быть дана в начале рассказа (прямая), в середине (задержанная) и даже в конце, как разгадка запутанного сюжета.

**Эллипсис** (греч.) – стилистическая (риторическая) фигура: пропуск в предложении, в тексте отдельных слов, их сочетаний, которые легко понимаются в диалоге, в известной ситуации.

**Элокуция** (лат.) – один из основных разделов классической риторики, «выражение» и «украшение»: в нем рассматривается языковое оформление подготовленного содержания речи.

**Эпилог** (греч.) – заключительная часть повествовательного произведения; в нем излагаются события, происшедшие после завершения основного сюжета.

**Эпифора** – стилистическая фигура, одинаковая концовка предложений.

**Этос** (греч.) - одно из трех оснований риторики в античном мире: этическое начало; нравственные принципы, лежащие в основе речи оратора.

**Юмор** (англ.) – добродушно-насмешливое отношение к чему-либо, выделение забавного в жизни, шутка; шуточные произведения, используемые в общении, в ораторском искусстве: юморески, пародии, анекдоты, каламбуры, эпиграммы и пр.

**Язык** (лингв.) – знаковая система, используемая для выражения мыслей, для общения; построена на звуковой основе, для передачи мысли использует слова, обладает грамматическим строем, обеспечивающим функционирование системы и создание сложнейших структур текста.

### Лучшие речи ораторов. Примеры текстов.

#### Шесть заповедей Иосифа Бродского

##### «Всячески избегайте приписывать себе статус жертвы»

*Отрывок из знаменитой речи Иосифа Бродского, которую он произнес на стадионе в декабре 1988.. Тогда критики посчитали ее «неуместной», «политически некорректной», а кое-кто умудрился усмотреть в ней даже расизм. Но Бродский — вне предубеждений, времени и пространства.*

1. Сосредоточьтесь на точности вашего языка. Старайтесь расширять свой словарь и обращаться с ним так, как вы обращаетесь с вашим банковским счетом. Уделяйте ему много внимания и старайтесь увеличить свои дивиденды.

Цель в том, чтобы дать вам возможность выразить себя как можно полнее и точнее. Одним словом, цель — ваше равновесие. Ибо накопление невыговоренного, невысказанного должным образом может привести к неврозу.

Чтобы этого избежать, не обязательно превращаться в книжного червя. Надо просто приобрести словарь и читать его каждый день, а иногда — и книги стихов. Они достаточно дешевы, но даже самые дорогие среди них стоят гораздо меньше, чем один визит к психиатру.

2. Старайтесь быть добрыми к своим родителям. Если это звучит слишком похоже на «Почитай отца твоего и мать твою», то прошу прощения. Я лишь хочу сказать: старайтесь не восставать против них, ибо, по всей вероятности, они умрут раньше вас, так что вы можете избавить себя по крайней мере от этого источника вины, если не горя.

Если вам необходимо бунтовать со всеми этими «я-не-возьму-у-вас-ни-гроша», бунтуйте против тех, кто не столь легко раним. Родители — слишком близкая мишень (так же, впрочем, как братья, сестры, жены или мужья). Дистанция такова, что вы не можете промахнуться.

3. Старайтесь не слишком полагаться на политиков. Не столько потому, что они неумны или бесчестны, как чаще всего бывает, но из-за масштаба их работы, который слишком велик даже для лучших среди них. Они могут несколько уменьшить социальное зло, но не искоренить его. Каким бы существенным ни было улучшение, с этической точки зрения оно всегда будет пренебрежимо мало, потому что всегда будут те, — хотя бы один человек, — кто не получит выгоды от этого улучшения.

Мир несовершенен. Золотого века никогда не было и не будет. В свете этого — или, скорее, в потемках — вы должны полагаться на собственную домашнюю стряпню, то есть управлять миром самостоятельно. Но даже в пределах вашего собственного пирога вы должны

приготовиться к тому, что вам, по всей вероятности, придется отвратить в равной мере и благодарности, и разочарования.

4. Старайтесь быть скромными. Уже и сейчас нас слишком много — и очень скоро будет много больше. Это карабканье за место под Солнцем обязательно происходит за счет других. То, что вам приходится наступать кому-то на ноги, не означает, что вы должны стоять на их плечах. Так что, если вы хотите стать богатыми, или знаменитыми, или и тем и другим, — в добрый час, но не отдавайтесь этому целиком.

Всегда помните, что рядом с вами всегда кто-то есть — ближний. Никто не просит вас любить его, но старайтесь не слишком его беспокоить и не делать ему больно. На худой конец, постарайтесь вспомнить, из какого далека — от звезд, из глубин Вселенной, возможно, с ее противоположного конца — пришла просьба не делать этого, равно как и идея возлюбить ближнего, как самого себя.

5. Всячески избегайте приписывать себе статус жертвы. Каким бы отвратительным ни было ваше положение, старайтесь не винить в этом внешние силы: историю, государство, начальство, расу, родителей, фазу луны, детство, несвоевременную высадку на горшок — меню обширное и скучное.

В момент, когда вы возлагаете вину на что-то, вы подрываете собственную решимость что-нибудь изменить и увеличиваете вакуум безответственности, который так любят заполнять демоны и демагоги, ибо парализованная воля — не радость для ангелов.

Вообще, старайтесь уважать жизнь не только за ее прелести, но и за ее трудности. Они составляют часть игры, и хорошо в них то, что они не являются обманом. Всякий раз, когда вы в отчаянии или на грани отчаяния, когда у вас неприятности или затруднения, помните: это жизнь говорит с вами на единственном хорошо ей известном языке.

6. Умейте прощать. Мир, в который мы вступили, не имеет хорошей репутации. Это не милое местечко, как вы вскоре обнаружите, и я сомневаюсь, что оно станет намного приятнее к тому времени, когда вы его покинете.

Однако это единственный мир, имеющийся в наличии: альтернативы не существует, а если бы она и существовала, то нет гарантии, что она была бы намного лучше этой. Поэтому старайтесь не обращать внимания на тех, кто попытается сделать вашу жизнь несчастной. Таких будет много — как в официальной должности, так и самоназначенных.

То, что делают ваши неприятели, приобретает свое значение или важность от того, как вы на это реагируете. Поэтому промчитесь сквозь или мимо них, как если бы они были желтым, а не красным светом. Так вы избавите клетки вашего мозга от бесполезного возбуждения. Переключите канал: вы не можете прекратить вещание этой сети, но в ваших силах по крайней мере уменьшить ее рейтинг.

## **Геттисбергская речь Линкольна**

Восемь десятков и семь лет назад наши отцы образовали на этом континенте новую нацию, зачатую в свободе и верящую в то, что все люди рождены равными.

Теперь мы ведем великую Гражданскую войну, подвергающую нашу нацию или любую другую нацию, таким же образом зачатую и исповедующую те же идеалы, испытанию на способность выстоять. Мы встречаемся сегодня на великом поле брани этой войны.

Встречаемся, чтобы сделать его часть последним пристанищем для тех, кто отдал свою жизнь во имя того, чтобы наша нация смогла выжить. Со всех точек зрения это уместный и совершенно верный шаг. Но в более широком смысле мы не можем посвящать, мы не можем благословлять, мы не можем почитать эту землю. Отважные люди, живые и мертвые, сражавшиеся здесь, уже совершили обряд такого посвящения, и не в наших слабых силах что-либо добавить или убавить.

Мир едва ли заметит или запомнит надолго то, что мы здесь говорим, но он не сможет забыть того, что они совершили здесь. Скорее, это нам, живущим, следует посвятить себя завершению начатого ими дела, над которым трудились до нас с таким благородством те, кто сражался здесь.

Скорее, это нам, живущим, следует посвятить себя великой задаче, все еще стоящей перед нами, — перенять у этих высокочтимых погибших еще большую приверженность тому делу, которому они в полной мере и до конца сохраняли верность, исполниться убежденностью, что они погибли не зря, что наша нация с Божьей помощью возродится в свободе и что власть народа волей народа и для народа не исчезнет с лица Земли.

## **Речь Мартина Лютера Кинга. 28 августа 1963 г.**

### **«I have a dream» («У меня есть мечта»)**

Пять десятков лет назад великий американец, под чьей символической сенью мы сегодня собрались, подписал Прокламацию об освобождении негров. Этот важный указ стал величественным маяком света надежды для миллионов черных рабов, опаленных пламенем испепеляющей несправедливости. Он стал радостным рассветом, завершившим долгую ночь пленения.

Но по прошествии ста лет мы вынуждены признать трагический факт, что негр все еще не свободен. Спустя сто лет жизнь негра, к сожалению, по-прежнему калечится кандалами сегрегации и оковами дискриминации. Спустя сто лет негр живет на пустынном острове бедности посреди огромного океана материального процветания. Спустя сто лет негр по-прежнему томится на задворках американского общества и оказывается в ссылке на своей собственной земле. Вот мы и пришли сегодня сюда, чтобы подчеркнуть драматизм плачевной ситуации.

В каком-то смысле мы прибыли в столицу нашего государства, чтобы получить наличные по чеку. Когда архитекторы нашей республики писали прекрасные слова Конституции и Декларации независимости, они подписывали тем самым вексель, который предстояло унаследовать каждому американцу. Согласно этому векселю, всем людям гарантировались неотъемлемые права на жизнь, свободу и стремление к счастью.

Сегодня стало очевидным, что Америка оказалась не в состоянии выплатить по этому векселю то, что положено ее цветным гражданам. Вместо того чтобы выплатить этот святой долг, Америка выдала негритянскому народу фальшивый чек, который вернулся с пометкой "нехватка средств". Но мы отказываемся верить, что банк справедливости обанкротился. Мы отказываемся верить, что в огромных хранилищах возможностей нашего государства недостает средств. И мы пришли, чтобы получить по этому чеку - чеку, по которому нам будут выданы сокровища свободы и гарантии справедливости. Мы прибыли сюда, в это священное место, также для того, чтобы напомнить Америке о настоятельном требовании сегодняшнего дня. Сейчас не время удовлетворяться умиротворяющими мерами или принимать успокоительное лекарство постепенных решений. Настало время выйти из темной долины сегрегации и вступить на залитый солнцем путь расовой справедливости. Настало время открыть двери возможностей всем Божьим детям. Настало время вывести нашу нацию из зыбучих песков расовой несправедливости к твердой скале братства.

Для нашего государства было бы смертельно опасным проигнорировать особую важность данного момента и недооценить решимость негров. Знойное лето законного недовольства негров не закончится, пока не настанет бодрящая осень свободы и равенства. 1963 год - это не конец, а начало.

Тем, кто надеется, что негру нужно было выпустить пар и что теперь он успокоится, предстоит суровое пробуждение, если наша нация возвратится к привычной повседневности. До тех пор пока негру не будут предоставлены его гражданские права, Америке не видать ни безмятежности, ни покоя.

Революционные бури будут продолжать сотрясать основы нашего государства до той поры, пока не настанет светлый день справедливости.

Но есть еще кое-что, что я должен сказать моему народу, стоящему на благодатном пороге у входа во дворец справедливости. В процессе завоевания при надлежащего нам по праву места мы не должны давать оснований для обвинений в неблагоприятных поступках. Давайте не будем стремиться утолить нашу жажду свободы, вкушая из чаши горечи и ненависти.

Мы должны всегда вести нашу борьбу с благородных позиций достоинства и дисциплины. Мы не должны позволить, чтобы наш созидательный протест выродился в физическое насилие. Мы должны стремиться достичь величественных высот, отвечая на физическую силу силой духа. Замечательная воинственность, которая овладела негритянским обществом, не должна

привести нас к недоверию со стороны всех белых людей, поскольку многие из наших белых братьев осознали, о чем свидетельствует их присутствие здесь сегодня, что их судьба тесно связана с нашей судьбой и их свобода неизбежно связана с нашей свободой. Мы не можем идти в одиночестве.

И начав движение, мы должны поклясться, что будем идти вперед.

Мы не можем повернуть назад. Есть такие, которые спрашивают тех, кто предан делу защиты гражданских прав: «Когда вы успокоитесь?». Мы никогда не успокоимся, пока наши тела, отяжелевшие от усталости, вызванной долгими путешествиями, не смогут получить ночлег в придорожных мотелях и городских гостиницах. Мы не успокоимся, пока основным видом передвижений негра остается переезд из маленького гетто в большое. Мы не успокоимся, пока негр в Миссисипи не может голосовать, а негр в Нью-Йорке считает, что ему не за что голосовать. Нет, нет у нас оснований для успокоения, и мы никогда не успокоимся, пока справедливость не начнет струиться, подобно водам, а праведность не уподобится мощному потоку.

Я не забываю, что многие из вас прибыли сюда, пройдя через великие испытания и страдания. Некоторые из вас прибыли сюда напрямую из тесных тюремных камер. Некоторые из вас прибыли из районов, в которых за ваше стремление к свободе на вас обрушились бури преследований и штормы полицейской жестокости. Вы стали ветеранами созидательного страдания. Продолжайте работать, веруя в то, что незаслуженное страдание искупается.

Возвращайтесь в Миссисипи, возвращайтесь в Алабаму, возвращайтесь в Луизиану, возвращайтесь в трущобы и гетто наших северных городов, зная, что так или иначе эта ситуация может измениться и изменится. Давайте не будем страдать в долине отчаяния.

Я говорю вам сегодня, друзья мои, что, несмотря на трудности и разочарования, у меня есть мечта. Это мечта, глубоко укоренившаяся в Американской мечте.

У меня есть мечта, что настанет день, когда наша нация воспрянет и доживет до истинного смысла своего девиза: «Мы считаем самоочевидным, что все люди созданы равными».

У меня есть мечта, что на красных холмах Джорджии настанет день, когда сыновья бывших рабов и сыновья бывших рабовладельцев смогут усесться вместе за столом братства.

У меня есть мечта, что настанет день, когда даже штат Миссисипи, пустынный штат, изнемогающий от накала несправедливости и угнетения, будет превращен в оазис свободы и справедливости.

У меня есть мечта, что настанет день, когда четверо моих детей будут жить в стране, где о них будут судить не по цвету их кожи, а по тому, что они собой представляют.

У меня есть мечта сегодня.

У меня есть мечта, что настанет день, когда в штате Алабама, губернатор которого ныне заявляет о вмешательстве во внутренние дела штата и непризнании действия принятых конгрессом законов, будет создана ситуация, в которой маленькие черные мальчики и девочки смогут взяться за руки с маленькими белыми мальчиками и девочками и идти вместе, подобно братьям и сестрам.

У меня есть мечта сегодня.

У меня есть мечта, что настанет день, когда все низины поднимутся, все холмы и горы опустятся, неровные местности будут превращены в равнины, искривленные места станут прямыми, величие Господа предстанет перед нами и все смертные вместе удостоверятся в этом.

Такова наша надежда. Это вера, с которой я возвращаюсь на Юг.

С этой верой мы сможем вырубить камень надежды из горы отчаяния. С этой верой мы сможем превратить нестройные голоса нашего народа в прекрасную симфонию братства. С этой верой мы сможем вместе трудиться, вместе молиться, вместе бороться, вместе идти в тюрьмы, вместе защищать свободу, зная, что однажды мы будем свободными.

Это будет день, когда все Божьи дети смогут петь, вкладывая в эти слова новый смысл: «Страна моя, это Я тебя, сладкая земля свободы, это я тебя воспеваю. Земля, где умерли мои отцы, земля гордости пилигримов, пусть свобода звенит со всех горных склонов».

И если Америке предстоит стать великой страной, это должно про-изойти.

Пусть свобода звенит с вершин изумительных холмов Нью-Хэмпшира!

Пусть свобода звенит с могучих гор Нью-Йорка!

Пусть свобода звенит с высоких Аллегенских гор Пенсильвании!

Пусть свобода звенит с заснеженных Скалистых гор Колорадо!

Пусть свобода звенит с изогнутых горных вершин Калифорнии!

Пусть свобода звенит с горы Лукаут в Теннесси!

Пусть свобода звенит с каждого холма и каждого бугорка Миссисипи!

С каждого горного склона пусть звенит свобода!

Когда мы позволим свободе звенеть, когда мы позволим ей звенеть из каждого села и каждой деревушки, из каждого штата и каждого города, мы сможем ускорить наступление того дня, когда все Божьи дети, черные и белые, евреи и язычники, протестанты и католики, смогут взяться за руки и запеть слова старого негритянского духовного гимна: «Свободны наконец! Свободны наконец! Спасибо всемогущему Господу, мы свободны наконец!».

### Три речи Стива Джобса

«Для меня большая честь быть с вами сегодня на вручении дипломов одного из самых лучших университетов мира. Я не оканчивал институтов. Сегодня я хочу рассказать вам три истории из моей жизни. И всё. Ничего грандиозного. Просто три истории...»

Я бросил Reed College после первых 6 месяцев обучения, но оставался там в качестве «гостя» ещё около 18 месяцев, пока наконец не ушёл. Почему же я бросил учёбу?

Всё началось ещё до моего рождения. Моя биологическая мать была молодой, незамужней аспиранткой и решила отдать меня на усыновление. Она настаивала на том, чтобы меня усыновили люди с высшим образованием, поэтому мне было суждено быть усыновлённым юристом и его женой. Правда, за минуту до того, как я вылез на свет, они решили, что хотят девочку. Поэтому им позвонили ночью и спросили: «Неожиданно родился мальчик. Вы хотите его?». Они сказали: «Конечно». Потом моя биологическая мать узнала, что моя приёмная мать – не выпускница колледжа, а мой отец никогда не был выпускником школы. Она отказалась подписать бумаги об усыновлении. И только несколько месяцев спустя всё же уступила, когда мои родители пообещали ей, что я обязательно пойду в колледж.

И 17 лет спустя я пошёл. Но я наивно выбрал колледж, который был почти таким же дорогим, как и Стэнфорд, и все накопления моих родителей были потрачены на подготовку к нему. Через шесть месяцев, я не видел смысла моего обучения. Я не знал, что я хочу делать в своей жизни, и не понимал, как колледж поможет мне это осознать. И вот, я просто тратил деньги родителей, которые они копили всю жизнь. Поэтому я решил бросить колледж и поверить, что всё будет хорошо. Я был сначала напуган, но, оглядываясь сейчас назад, понимаю, что это было моим лучшим решением за всю жизнь. В ту минуту, когда я бросил колледж, я мог перестать говорить о том, что требуемые уроки мне не интересны и посещать те, которые казались интересными.

Не всё было так романтично. У меня не было комнаты в общежитии, поэтому я спал на полу в комнатах друзей, я сдавал бутылки Колы по 5 центов, чтобы купить еду и ходил за 7 миль через весь город каждый воскресный вечер, чтобы раз в неделю нормально поесть в храме кришнаитов. Мне он нравился. И много из того, с чем я сталкивался, следуя своему любопытству и интуиции, оказалось позже бесценным.

Вот вам пример:

Reed College всегда предлагал лучшие уроки по каллиграфии. По всему кампусу каждый постер, каждая метка были написаны каллиграфическим почерком от руки. Так как я отчислился и не брал обычных уроков, я записался на уроки по каллиграфии. Я узнал о serif и sans serif, о разных отступах между комбинациями букв, о том, что делает прекрасную типографику прекрасной. Она была красивой, историчной, мастерски утонченной до такой степени, что наука этого не смогла бы понять.

Ничто из этого не казалось полезным для моей жизни. Но десять лет спустя, когда мы разрабатывали первый Макинтош, всё это пригодилось. И Мак стал первым компьютером с красивой типографикой. Если бы я не записался на тот курс в колледже, у Мака никогда бы не было несколько гарнитур и пропорциональных шрифтов. Ну а так как Windows просто сдули это с Мака, скорее всего, у персональных компьютеров вообще бы их не было. Если бы я не отчислился, я бы никогда не записался на тот курс каллиграфии, и у компьютеров не было бы такой изумительной типографики, как сейчас.

Конечно, нельзя было соединить все точки воедино тогда, когда я был в колледже. Но через десять лет всё стало очень, очень ясно.

Ещё раз: вы не можете соединить точки, смотря вперёд; вы можете соединить их, только оглядываясь в прошлое. Поэтому вам придётся довериться тем точкам, которые вы как-нибудь свяжете в будущем. Вам придётся на что-то положиться: на свой характер, судьбу, жизнь, карму – что угодно. Такой подход никогда не подводил меня, и он изменил мою жизнь.

Мне повезло – я нашёл то, что я люблю по жизни делать довольно рано. Woz и я основали Apple в гараже моих родителей, когда мне было 20. Мы усиленно трудились, и через десять лет Apple выросла из двух человек в гараже до \$2-миллиардной компании с 4000 работников. Мы выпустили наше самое лучшее создание – Макинтош – годом раньше и мне только-только исполнилось 30. И потом меня уволили. Как вас могут уволить из компании, которую вы основали? Ну, по мере роста Apple мы нанимали талантливых людей, чтобы помогать мне управлять компанией и в первые пять лет всё шло хорошо. Но потом наше видение будущего стало расходиться, и мы, в конечном счёте, поссорились. Совет директоров перешёл на его сторону. Поэтому в 30 лет я был уволен. Причём публично. То, что было смыслом всей моей взрослой жизни, пропало.

Я не знал, чего делать несколько месяцев. Я чувствовал, что я подвёл прошлое поколение предпринимателей – что я уронил эстафетную палочку, когда мне её передавали. Я встречался с David Packard и Bob Noyce и пытался извиниться за то, что натворил. Это было публичным провалом и я даже думал о том, чтобы убежать куда подальше. Но что-то медленно стало проясняться во мне – я всё ещё любил то, что делал. Ход событий в Apple лишь слегка всё изменил. Я был отвергнут, но я любил. И, в конце концов, я решил начать всё сначала.

Тогда я этого не понимал, но оказалось, что увольнение с Apple было лучшим, что могло было произойти со мной. Бремя успешного человека сменилось легкомыслием начинающего, менее уверенного в чём-либо. Я освободился и вошёл в один из самых креативных периодов своей жизни.

В течение следующих пяти лет я основал компанию NeXT, другую компанию, названную, Pixar и влюбился в удивительную женщину, которая стала моей женой. Pixar создал самый первый компьютерный анимационный фильм, Toy Story, и является теперь самой успешной

анимационной студией в мире. В ходе поразительных событий, Apple купила NeXT, я вернулся в Apple, и технология, разработанная в NeXT стала сердцем нынешнего возрождения Apple. А Laurene и я стали замечательной семьёй.

Я уверен, что ничего из этого не случилось бы, если бы меня не уволили из Apple. Лекарство было горьким, но пациенту оно помогло. Иногда жизнь бьёт вас по башке кирпичом. Не теряйте веры. Я убеждён, что единственная вещь, которая помогла мне продолжать дело, была то, что я любил своё дело. Вам надо найти то, что вы любите. И это так же верно для работы, как и для отношений. Ваша работа заполнит большую часть жизни и единственный способ быть полностью довольным – делать то, что по-вашему является великим делом. И единственный способ делать великие дела – любить то, что вы делаете. Если вы ещё не нашли своего дела, ищите. Не останавливайтесь. Как это бывает со всеми сердечными делами, вы узнаете, когда найдёте. И, как любые хорошие отношения, они становятся лучше и лучше с годами. Поэтому ищите, пока не найдёте. Не останавливайтесь.

Когда мне было 17, я прочитал цитату – что-то вроде этого: «Если вы живёте каждый день так, как будто он последний, когда-нибудь вы окажетесь правы». Цитата произвела на меня впечатление и с тех пор, уже 33 года, я смотрю в зеркало каждый день и спрашиваю себя: «Если бы сегодняшний день был последним в моей жизни, захотел ли бы я делать то, что собираюсь сделать сегодня?». И как только ответом было «Нет» на протяжении нескольких дней подряд, я понимал, что надо что-то менять.

Память о том, что я скоро умру – самый важный инструмент, который помогает мне принимать сложные решения в моей жизни. Потому что всё остальное – чужое мнение, вся эта гордость, вся эта боязнь смущения или провала – все эти вещи падают пред лицом смерти, оставляя лишь то, что действительно важно. Память о смерти – лучший способ избежать мыслей о том, что у вас есть что терять. Вы уже голый. У вас больше нет причин не идти на зов своего сердца.

Около года назад мне поставили диагноз: рак. Мне пришёл скан в 7:30 утра и он ясно показывал опухоль в поджелудочной железе. Я даже не знал, что такое поджелудочная железа. Врачи сказали мне, что этот тип рака не излечим и что мне осталось жить не больше трёх-шести месяцев. Мой доктор посоветовал пойти домой и привести дела в порядок (что у врачей означает приготовиться к смерти). Это значит попытаться сказать своим детям то, что бы ты сказал за следующие 10 лет. Это значит убедиться в том, что всё благополучно устроено, так, чтобы твоей семье было насколько можно легко. Это значит попрощаться.

Я жил с этим диагнозом весь день. Позже вечером мне сделали биопсию – засунули в горло эндоскоп, пролезли через желудок и кишки, воткнули иголку в поджелудочную железу и взяли несколько клеток из опухоли. Я был в отключке, но моя жена, которая там была, сказала, что когда врачи посмотрели клетки под микроскопом, они стали кричать, потому что у меня

оказалась очень редкая форма рака поджелудочной железы, которую можно вылечить операцией. Мне сделали операцию и теперь со мной всё в порядке.

Смерть тогда подошла ко мне ближе всего, и надеюсь, ближе всего за несколько следующих десятков лет. Пережив это, я теперь могу сказать следующее с большей уверенностью, чем тогда, когда смерть была полезной, но чисто выдуманной концепцией:

Никто не хочет умирать. Даже люди, которые хотят попасть на небеса не хотят умирать. И всё равно, смерть – пункт назначения для всех нас. Никто никогда не смог избежать её. Так и должно быть, потому что Смерть, наверное, самое лучшее изобретение Жизни. Она – причина перемен. Она очищает старое, чтобы открыть дорогу новому. Сейчас новое – это вы, но когда-то (не очень-то и долго осталось) – вы станете старым и вас очистят. Простите за такой драматизм, но это правда.

Ваше время ограничено, поэтому не тратьте его на жизнь чей-то чужой жизнью. Не попадайте в ловушку догмы, которая говорит жить мыслями других людей. Не позволяйте шуму чужих мнений перебить ваш внутренний голос. И самое важное, имейте храбрость следовать своему сердцу и интуиции. Они каким-то образом уже знают то, кем вы хотите стать на самом деле. Всё остальное вторично.

Когда я был молод, я прочитал удивительную публикацию The Whole Earth Catalog («Каталог всей Земли»), которая была одной из библий моего поколения. Её написал парень по имени Stewart Brand, живущий тут недалеко в Menlo Park. Это было в конце шестидесятых, до персональных компьютеров и настольных издательств, поэтому она была сделана с помощью пишущих машинок, ножниц и полароидов. Что-то вроде Google в бумажной форме, 35 лет до Google. Публикация была идеалистической и переполненной большими идеями.

Steward и его команда сделали несколько выпусков The Whole Earth Catalog и, в конце концов, издали финальный номер. Это было в середине 70-х и я был вашего возраста. На последней странице обложки была фотография дороги ранним утром, типа той, на которой вы, может быть, ловили машины, если любили приключения. Под ней были такие слова: «Оставайтесь голодными. Оставайтесь безрассудными». Это было их прощальное послание. Оставайтесь голодными. Оставайтесь безрассудными. И я всегда желал себе этого. И теперь, когда вы заканчиваете институт и начинаете заново, я желаю этого вам.

Оставайтесь голодными. Оставайтесь безрассудными.

Всем большое спасибо».

## Список литературы

### Учебники и учебные пособия

1. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. – Ростов-на-Дону, 1999.
2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. – М.-Ростов-на-Дону, 2004.
3. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М., 2001.
4. Голуб И.Б., Розенталь Д.Э. Секреты стилистики. Правила хорошей речи. – М., 1996.
5. Кохтев Н.Н. Риторика. – М., 1994.
6. Кузнецов И.Н. Риторика. – Минск, 2000.
7. Кузнецов И.Н. Современная риторика. – М., 2003.
8. Львов М.Р. Риторика. Культура речи. – М.: Academia, 2002.
9. Мальханова И.А. Деловое общение: Учебное пособие для вузов. – М., 2002.
10. Михайличенко Н.А. Риторика. – М., 1994.
11. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения. Пособие и словарь-справочник. – М., 1997.
12. Ханин М.И. Практикум по культуре речи или как научиться красиво и убедительно говорить. – СПб., 2002.
13. Шейнов В.П. Риторика. – Минск, 2000.

### Словари и справочники

1. Ашукин Н.С., Ашукина М.Г. Крылатые слова. Литературные цитаты. Образные выражения. – М., 1986.
2. Вербицкая Л.А., Богданова Н.В., Складаревская Г.Н. Давайте говорить правильно! Трудности современного русского произношения и ударения: Краткий словарь-справочник. – СПб, 2002.

3. Ваулина Е.Ю., Складневская Г.Н. Давайте говорить правильно! Трудности грамматического управления в современном русском языке: Краткий словарь-справочник. – СПб, 2003.

4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – Любое издание.

5. Джанджакова Е.В., Кабанова Н.П., Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию. – М., 1998.

6. Колесников Н.П., Корнилов Е.А. Поле русской брани. / Под ред. Ю.А. Гвоздарева. – Ростов н/Дону, 1996.

7. Крылатые фразы наших дней / Под ред. Ходасовой А.П. – М., 1999.

8. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. / Под ред. И.М. Рожковой. – М., 1997.

9. Мокиенко В.М. Давайте говорить правильно! Трудности современной русской фразеологии: Краткий словарь-справочник. – СПб, 2004.

10. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – Любое издание.

11. Наследие Эллады: Энциклопедический словарь. / Сост. Ю.И. Сердерици. – Краснодар, 1993.

12. Орфоэпический словарь русского языка. – М.: Русский язык, 2004.

13. Словарь латинских крылатых слов. / Под ред. Бороздкова Я.М. – М., 1984.

14. Словарь трудностей произношения и ударения в современном русском языке./ Сост. К.С. Горбачевич. – СПб.: Норинт, 2000.

15. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и стилистике. – СПб, 1997.

### **Дополнительная литература**

1. Аристотель. Соч. в 4-х тт. – М.: Мысль, 1978.

2. Бредемайер К. Чёрная риторика. – М., 2004.

3. Граудина Л.К., Дмитриева О.Л., Новикова Н.В., Ширяев Е.Н. Мы сохраним тебя, русская речь! – М., 1995.

4. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика коммуникации. 3-е изд. – М., 2001.

5. Колесов В.В. Культура речи – культура поведения. – Л., 1988.

6. Колесов В.В. Русская речь. Вчера, сегодня, завтра. – СПб, 1998.
7. Леммерман Х. Уроки риторики и дебатов. – М., 2002.
8. Мокиенко В.М. Образы русской речи. Историко-этимологические очерки фразеологии. – СПб, 1999.
9. Павлова Л.Г. Спор, дискуссия, полемика. – М., 1991.
10. Пиз А. Язык телодвижений. – М., 1995.
11. Платон. Диалоги. // Соч. в 3-х тт. – М.: Мысль, 1971.
12. Поварнин С.И. Спор о теории и практике спора. – Вопросы философии. – 1990. – №3. – С. 60-133.
13. Речевое общение: искусство убеждать. – СПб, 1999.
14. Савкова З.В. Искусство оратора. – СПб, 2003.
15. Сопер П. Основы искусства речи. – М, 1991.
16. Таранов П.С. Искусство риторики. – М, 2002.
17. Тарасенко М. Пожалуйста, говорите по-русски! – СПб, 2002.
18. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет. – М., 2002.
19. Эхо Ю. Практическое руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты, диссертации: успех без лишних проблем. – М., 1996.

Кроме вышеприведённого перечня печатных изданий, рекомендуется пользоваться материалами портала «Грамота.ру» ([www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Риторика – это и наука, и искусство одновременно. Овладеть хотя бы некоторыми навыками этой науки должен, по нашему глубокому убеждению, каждый грамотный, культурный человек. Ведь кому из нас ни приходится выступать время от времени перед людьми?

Автор пособия обращает внимание на то, что при изучении риторики важным является не только усвоение теоретических основ красноречия, но и умение применять свои знания на практике. Поэтому следует внимательно относиться к предлагаемым в пособии практическим заданиям. Занятия по риторике в вузе носят лекционно-практический характер: знакомство с теоретическим материалом влечёт за собой необходимость выполнения устных и письменных практических заданий.

Мы надеемся, что учебно-методическое пособие по риторике поможет читателям приобрести представление об этой науке, а также, возможно, и подскажет кое-что в практической деятельности, научит более эффективно выстраивать коммуникативный процесс с разными категориями людей.

Учебно-методическое пособие

**Наливайко Ю.Ю.**

**РИТОРИКА**

**Формат 84×60 1/16**

**Учётн.-изд. лист. 4,62. Усл. печ. лист. 6,21**

**Печать лазерная. Подписано в печать 27.03.2020 г.**

**Тираж 50 экз. Заказ № 523.**

Отпечатано в «Цифровой типографии» (ФЛП Артамонов Д.А.)

г. Донецк, ул. Артёма, д. 138а. Тел.: (071) 407-85-30.

Свидетельство о регистрации      серия АА02 № 51150 от 9 февраля 2015 г.