

**Министерство образования и науки Украины  
Донбасская государственная машиностроительная академия**

**Авторы: Т. В. Кудерская,  
И. Н. Медведева**

# **ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА**

## **КУРС ЛЕКЦИЙ**

В печать экз.  
Первый проректор  
\_\_\_\_\_ А. Н. Фесенко

Утверждено  
на заседании  
ученого совета  
Протокол № от 2008

**Краматорск 2008**



**Т. В. Кудерская, И. Н. Медведева**

## **ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА**

**КУРС ЛЕКЦИЙ**

**Министерство образования и науки Украины**  
**Донбасская государственная машиностроительная академия**

**Т. В. Кудерская, И. Н. Медведева**

## **ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА**

### **КУРС ЛЕКЦИЙ**

Утверждено  
на заседании  
ученого совета  
Протокол №            от            2008

**Краматорск 2008**

**ББК 83.7**  
**УДК 82.085**  
**К 88**

**Рецензенты:**

**Олексенко Валентин Павлович**, доктор филологических наук, профессор кафедры украинского языка и социолингвистики Херсонского государственного университета;

**Тюхтенко Наталья Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Херсонского государственного университета

Навчальний посібник містить систематизований матеріал курсу ділова риторика та має практичну спрямованість щодо формування навичок ораторської діяльності майбутніх фахівців. Маються контрольні питання, тести для самоаналізу й список рекомендованої літератури.

**Кудерская Т. В., Медведева И. Н.**

**К 88** Деловая риторика : курс лекций для студентов всех специальностей высших учебных заведений / Т. В. Кудерская, И. Н. Медведева. – Краматорск : ДГМА, 2008. – **124 с.**  
**ISBN**

Учебное пособие содержит систематизированный материал курса деловая риторика и имеет практическую направленность на формирование навыков ораторской деятельности будущих специалистов. Включает контрольные вопросы, тесты для самоанализа и список рекомендованной литературы.

**ISBN**

**ББК 83.7**  
**УДК 82.085**

© Т. В. Кудерская,  
И. Н. Медведева, 2008.  
© ДГМА, 2008.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**Введение**

**Тема 1. РИТОРИКА КАК НАУКА И ИСКУССТВО**

**1.1 Ораторское искусство как социальное явление**

**1.2 Предмет, объект и цель изучения деловой риторики**

**1.3 Культура речевой деятельности**

**Тема 2. ПОДГОТОВКА К ВЫСТУПЛЕНИЮ**

**2.1 Факторы, определяющие успех выступления**

**2.2 Этапы подготовки речи**

**2.3 Композиция выступления**

**Тема 3. ИСКУССТВО УБЕЖДАТЬ**

**3.1 Контакт с аудиторией**

**3.2 Доказательство**

**3.3 Правила и тактика убеждения**

**Тема 4. СЕКРЕТЫ ИМИДЖА ОРАТОРА**

**4.1 Внешний вид оратора**

**4.2 Техника речи**

**Тема 5. ИСКУССТВО СПОРА**

**5.1 Классификация споров**

**5.2 Условия эффективности спора**

**5.3 Опровержение позиций оппонента. Ответы на вопросы**

**Приложение А. Тест «Коммуникабельны ли вы?»**

**Приложение Б. Тест «Приятно ли с вами общаться?»**

**Приложение В. Тест «Умеете ли вы слушать?»**

**Приложение Г. Тест «Умеете ли вы вести переговоры?»**

**Приложение Д. Тест «Человек на трибуне»**

**Литература**

## ВВЕДЕНИЕ

По речи, по её культуре судят о человеке. «Заговори, чтобы я тебя увидел», – сказал ещё Сократ своему ученику. Но и сегодня, если человек сформировал в себе такие личностные качества, как коммуникабельность, активность, умение не теряться в сложных ситуациях общения, умение доступно, логично, лаконично и убедительно изложить свою мысль – он имеет все шансы для достижения успеха. Ведь речь – это основной инструмент деятельности не только преподавателя, политика, юриста, но и любого делового человека, каждого активного гражданина демократического государства. Игнорирование этой очевидной истины приводит к полному отсутствию умения вести диалог, дискуссию по конкретному вопросу, добиться того, что называется воздействием. А именно это и является предметом риторики – дисциплины, которая ещё со времён античности служила целям воспитания всесторонне развитой, общественно активной личности, способствовала формированию умения говорить, понимать, общаться.

Являясь наукой и искусством красноречия, убеждения словом, в наши дни риторика значительно расширила сферу своего влияния, охватывая разнообразные области общения – от публичного, официального до научного, делового и бытового, как устного, так и письменного. Сегодня риторика – наука об условиях и формах эффективной речевой коммуникации. Предмет современной риторики – не только ораторская (публичная) речь, но и различные виды диалога, дискуссия, полемика, дебаты, беседы, переговоры и другие различные виды речевой коммуникации.

В последние годы сформировалась самостоятельная область риторики – деловая риторика – наука и искусство убедительной и эффективной речи в различных видах делового общения. Её содержание носит, в определённой степени, междисциплинарный характер. Она включает в себя как технику речи, так и некоторые элементы прикладной психологии, конфликтологии, сценического мастерства и имиджологии, которые логически объединены в органическое, системное целое. Изучение деловой риторики позволяет овладеть различными секретами деловой коммуникации.

Как развить чувство уверенности во время выступлений. Секреты имиджа оратора, правильная информационная подготовка, работа с психологическими установками, которые мешают чувствовать себя уверенно. Понимание того, как именно нужно держаться с аудиторией и общаться, для того, чтобы успех был достигнут. Психология ораторского труда. Невербальное поведение оратора: поза, «куда деть руки и глаза», поза, жесты, мимика. Как именно держатся перед аудиторией, чтобы она воспринимала оратора как уверенного и профессионального человека. Особенности жестикуляции перед большой и малой аудиторией. Работа над голосом: звук, интонации, тембр, скорость, ритм, паузы; умение не уставать от долгого выступления; правильная подготовка голосовых связок к выступлению.

Умение наладить контакт с аудиторией. Методы привлечения внимания. Планирование и организация выступления. Умение вести и выигрывать спор. Владение полемическими приёмами. Всё это требует большого объёма знаний, гибкого интеллекта, высочайшей языковой готовности. И непрерывной работы над собой.

Курс «Деловой риторики» призван служить формированию культурно – речевой образованности студентов, приобщению их к культуре мысли и слова, подготовки коммуникативно грамотной личности, обладающей профессиональной компетенцией. Опираясь на языковую культуру, обогащенную риторическим опытом, современными теориями паралингвистики, семиотики, прагматики языка, психологии речи, логики, подкреплённая артистизмом и приёмами имиджелогии, риторика призвана обеспечить формирование интеллектуально и нравственно совершенной личности, способной занять достойное место в деловом мире.

# Тема 1. РИТОРИКА КАК НАУКА И ИСКУССТВО

## 1.1 Ораторское искусство как социальное явление

Риторика, которая уже два с половиной тысячелетия служит развитию европейской культуры, возникла приблизительно в V в. до н. э.

К нам риторическое учение Древней Греции дошло в виде сформировавшейся и используемой системы, представленной в двух вариантах: в виде высоких образцов речей прославленных ораторов – Демосфена, Сократа, Перикла; все они были общественными деятелями, людьми высокой образованности. Одновременно создавались теоретические труды и книги для обучения ораторскому мастерству: Аристотеля, Платона. Эллинская традиция расценивала риторику как науку убеждать словом, мастерством речи, ораторским искусством.

Термин ораторское искусство также античного происхождения, но в литературном русском языке термин «оратор» начал употребляться в конце XVIII ст. До этого времени пользовались словом «витий». Толковый словарь В. Даля поясняет: «Оратор – витий, красноречивый человек, мастер говорить публично. Синонимом ораторского искусства является славянское – красноречие (умение говорить красно, т.е. красиво).

М. В. Ломоносов, блестящий оратор своего времени, теоретик ораторского искусства, писал: «Красноречие есть искусство о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об оной мнению».

В этом определении называется характерный признак красноречия и подчеркивается, что говорить «красно» (образно, выразительно, эмоционально) важно для того, чтобы с большей силой воздействовать на слушателей.

Еще одна особенность ораторского искусства – это его сложный синтетический характер. Философия, логика, психология, педагогика, языкознание, этика, эстетика – вот науки, на которые опирается ораторское искусство. Специалистов разного профиля интересуют различные проблемы красноречия. Лингвисты разрабатывают теорию культуры устной речи, дают рекомендации ораторам, как пользоваться богатствами родного языка. Психологи изучают вопросы восприятия и воздействия



речевого сообщения. Логика учит оратора последовательно и стройно излагать свои мысли, правильно строить выступление, доказывать истинность выдвигаемых положений и опровергать ложные утверждения противников.

Ораторское искусство никогда не было однородным. В зависимости от конкретной сферы применения оно исторически подразделялось на различные виды.

Современная риторика отмечает многообразие видов ораторской речи и классифицирует их по различным основаниям. Одни авторы делят устные выступления на монологические и диалогические, другие – на эмоциональные и рациональные и т. д.

В зависимости от **функции**, которую выполняет речь с социальной точки зрения, различают:

- **социально-политическое красноречие** (доклад на социально-политические и политико-экономические темы, отчетный доклад, политическая речь, дипломатическая речь, политическое обозрение, митинговая речь, агитаторская речь);

- **академическое красноречие** (вузовская лекция, научный доклад, научный обзор, научное сообщение). В академическое красноречие включается три основных вида: собственно академическое (в среде ученых – научный доклад, реферат, обзор), вузовское (лекция, цикл лекций) и школьное (рассказ учителя, школьная лекция и др.).

- **судебное красноречие** (прокурорская или обвинительная речь; общественно-обвинительная речь; адвокатская или защитительная речь; общественно-защитительная речь; самозащитная речь обвиняемого);

- **социально-бытовое** (юбилейная речь, застольная речь (тост), поминальная речь (надгробное слово));

- **богословско-церковное красноречие** (проповедь, речь на соборе).

Данная классификация в целом верно и достаточно полно отражает и современное ораторское искусство, хотя и не охватывает всех его видов. В частности, в ней не представлены дискуссионные и полемические речи, такая эффективная форма ораторской речи, как реплика, ответы на пресс-конференции, слово за «круглым столом», а также виды красноречия, применяемые на радио и телевидении.

Сегодня, наряду с социально-бытовым, социально-политическим, академическим, судебным, церковно-богословским красноречием, исследователи выделяют:

- **парламентское красноречие** как разновидность социально-политического;
- **дипломатическое красноречие** (речь на международной конференции и речь в процессе дипломатического акта);
- **военное красноречие** (речь-приказ, инструктивная речь, выступление на военно-политическую тему, воодушевляющая речь, призыв); торговое красноречие (реклама);
- **лекционно-пропагандистское** красноречие (лекция научно-теоретическая, научно-популярная, научно-методическая, кинолекция, лекция-экскурсия, лекция-концерт, лекция-информация, беседа, репортаж, воспоминание, инструктаж, показ, циклы лекций);
- **диалогическое красноречие** (спор, дискуссия, диспут, беседа, деловое совещание, интервью, пресс-конференция, деловая игра, «круглый стол», вечер вопросов и ответов).

В зависимости от **целевой установки** различают следующие виды речи.

**1) Развлекательная речь.** Такая речь не содержит иной цели, кроме заключающейся в ней самой. Она сама по себе должна развлечь и потешить слушателя. Можно было бы сказать, что ее цель просто поддержать внимание и интерес слушателя, но здесь имеется в виду занимательность – интерес как самоцель. Ее часто слышишь на банкете и в иной обстановке, где люди встречаются, чтобы в приятном общении провести время.

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

Информационная речь должна отвечать следующим требованиям:

- в ней не должно быть ничего спорного;

- она должна вызывать пытливість;
- она должна удовлетворять запросы слушателя;
- сообщение должно быть актуально.

**3) Воодушевляющая речь.** Агитационные речи в общем можно разбить на три группы: речи с целью воодушевить, речи с целью убедить и речи с целью вызвать активную реакцию. На деле эти три вида общих целевых установок нередко перекрывают частично друг друга. Большинство речей с целью убедить вызывают действенные порывы, как и речи, склоняющие к действию. Сплошь и рядом бывает трудно сказать, где кончается ясное постижение вопроса и возникают изменившееся убеждение и потребность действия.

Большинство речей на политических или спортивных собраниях и выступлениях с приветствиями, с оценкой заслуг и в ознаменование событий и явлений, а также беседы по вопросу о значении моральных и общественных ценностей, проповеди, по сути, представляют собой воодушевляющие речи.

**4) Убеждающая речь.** Убедить – значит логическими доводами доказать или опровергнуть какое-либо положение. Это чисто логическая задача. На практике эти речи рассматривают как агитационные, в которых любыми методами – логическими или иными – оратор убеждает соглашаться с ним в спорном вопросе. Но хотя такая речь стремится определить образ мышления и поведения, она не представляет собой призыва к непосредственному действию.

**5) Призывающая к действию.** Слушателя призвали к действию: к новому, к продолжению или прекращению прежнего. Следовательно, его убедили. Призыв к действию бывает прямым и косвенным, действие может наступить когда-нибудь или немедленно. Но имеются в виду действия самих слушателей, а не отсутствующих.

Подобная схема разделения жанров ораторского искусства на роды и виды неизбежно огрубляет реальную действительность. Но все-таки она дает возможность увидеть, обозреть все многообразие живой человеческой речи, используемой не только в коммуникативной, но и в воздействующей (риторической) функциях, которые были определены вполне конкретными историческими потребностями.

История свидетельствует, что важнейшим условием появления и развития ораторского искусства, свободного обмена мнениями по жизненно важным проблемам, движущей силой прогрессивных идей, критической мысли были и являются демократические формы управления, активное участие граждан в политической жизни страны.

Политики выступали на народных собраниях (среди них – Фемистокл, Демосфен), полководцы произносили речи перед войском (к примеру, Перикл), граждане боролись за справедливость в суде (такие, как Антифон, Лисий), восхваляли героев, общественные события (в эпидейктическом (торжественном) красноречии были особенно искусны Горгий, Исократ), философы (Сократ, Платон и другие) вели диалоги, словесные баталии. Не случайно ораторское искусство называют «духовным детищем демократии».

Быть значимым и уважаемым среди граждан Древней Греции, особенно в Афинах – культурном, экономическом и политическом центре Эллады, не имея хороших навыков публичных выступлений, было невозможно. Поэтому и возник острый спрос на толковых преподавателей ораторского искусства – риторов

Вот почему, оценивая деятельность того или иного оратора, надо учитывать ту историческую эпоху, которая породила данного оратора, выразителем общественных интересов которой он был.

Другая причина возникновения риторики – не политического, а философского толка. Школа элеатов разорвала казавшуюся до тех пор естественной связь слова и вещи и сделала слово лишь условным обозначением вещи. Таким образом, слово было отделено, явилось особым предметом исследования. При этом слово стало делом. Так постепенно сложилось теоретическое обобщение ораторской практики, собрание правил и методических приемов обучения.

Анализ большого эмпирического материала был проделан Аристотелем («Риторика»), Цицероном («Оратор», «Об ораторе», «Брут, или о знаменитых ораторах»), Квинтилианом («Риторические наставления») и другими античными мыслителями. Появились новые профессии: **ритора** – учителя красноречия, **логографа** – составителя речей.

Ритор не просто говорил, но делал это образцово, умея обучать красноречию и других. В древнем мире риторы обучали своих подопечных «держат тему», «держат паузу», учили быть логичными, краткими и содержательными, учили не подменять серьёзную проблему мелкими нападками, некорректными отступлениями и пр.

## 1.2 Предмет, объект и цель изучения деловой риторики

На протяжении многовековой истории понимание предмета риторики, ее задач, внутреннего строения и соотношения с другими областями знаний не раз претерпевало кардинальные изменения. При этом общая риторика рассматривала общие законы речи, а частная описывала деловую, научную, ораторскую прозу. Единого подхода к определению предмета и содержания современной риторики как научной дисциплины и учебного предмета и в настоящее время не существует, не утвердилась и единая терминология.

За термином «риторика» закрепилось два смысла – узкий и широкий. В узком понимании – **предмет риторики** – это ораторское искусство, так как у нас нет иного термина для названия комплексной дисциплины, изучающей это явление. В широком – любые разновидности речевой коммуникации, рассмотренные под углом зрения осуществления некоторого (для каждого жанра своего) заранее выбираемого воздействия на получателя сообщения. В широком смысле риторику называют ещё и **неориторикой** (термин введен профессором Брюссельского университета Х. Перельманом в 1958 году) или **общей риторикой**. Ее быстрое и продуктивное развитие вызвано появлением новых языковедческих наук – лингвистики текста, семиотики, герменевтики, теории речевой деятельности, психолингвистики. Неориторика занимается поиском путей практического применения этих дисциплин, разрабатывается на стыке языкознания, теории литературы, логики, философии, этики, эстетики, психологии.

Риторика учила и учит, как осуществлять общение, логично и выразительно излагать и развивать мысли, употреблять слова, как пользоваться речевой активностью в личной жизни и общественной

деятельности, как выступать перед аудиторией. Но первостепенное внимание теория красноречия всегда уделяла устному, «живому» контакту.

Традиционно риторику считают также искусством, сравнивают с поэзией, актерской игрой на основе важности творчества, импровизации в речи, эстетического наслаждения, которое доставляет публичное «размышление вслух».

Иначе говоря, **сегодня риторика** есть наука об условиях и формах эффективной речевой коммуникации, т. е. предметом современной риторики должна быть не только ораторская (публичная) речь, но и различные виды диалога, дискуссия, полемика, дебаты, беседы, переговоры, и др., т. е. различные виды речевой коммуникации.

В последние годы сформировалась самостоятельная область науки и практики – **деловая риторика**. Она является прикладным направлением общей риторики, ориентированном на оснащение бизнесменов и менеджеров правилами обращения со словом, невербальными средствами передачи информации. Деловая риторика – это наука и искусство убедительной и эффективной речи в различных видах (или жанрах) делового общения. В качестве **объекта** изучения данной дисциплины выступают устные и письменные жанры служебного контакта, такие, как доклад на собрании, переговоры, договор, заявление, приказ и т. д.

**Деловая риторика** – наука об убедительной и эффективной речи в различных ситуациях делового общения.

Каждый ли может овладеть ораторским искусством?

«Поэтами рождаются, ораторами – становятся», – эти слова Цицерона многократно были подтверждены историями биографий многих выдающихся ораторов. Наличие цели, огромного желания, трудолюбия и постоянной работы над собой по совершенствованию речевой культуры – обеспечили им признание современников и память в истории ораторского искусства.

Риторика не может признать речь хорошей, если она плохо организована композиционно, неточно выбраны средства языка, если оратор не умеет держаться перед публикой, шепелявит и, начав фразу, не может её закончить, неуместно жестикулирует, не владеет дикцией, интонациями, голосом и дыханием, во время речи не чувствует времени и реакций зала. А может ли быть речь признана хорошей, культурной, если

оратор не соблюдает требований этики речевого контакта, не уважает своего собеседника?

Знаменитый Марк Туллий Цицерон, древнеримский оратор, общественный деятель, поэт, в одной из своих многочисленных работ писал: «Оратор есть тот, кто любой вопрос изложит со знанием дела, стройно и изящно, с достоинством при исполнении».

Эта **«формула Цицерона»** и сегодня позволяет отделить оратора от неораторов. В ней содержится **пять составляющих ораторского мастерства:**

- «любой вопрос»;
- «со знанием дела»;
- «стройно»;
- «изящно»;
- «с достоинством».

В настоящее время общественная потребность в практическом овладении ораторским искусством появилась у самых различных слоёв населения вследствие процессов демократизации, возникновения новых социально-политических движений и общественных формирований, повышения социальной активности граждан, развития предпринимательской деятельности. Умение четко и ясно выразить свои мысли, говорить грамотно, умение не только привлечь внимание своей речью, но и воздействовать на слушателей, владение культурой речи – своеобразная характеристика профессиональной пригодности для людей самых различных профессий, кто по роду своей деятельности связан с людьми, организует и направляет их работу.

### **1.3 Культура речевой деятельности**

**Культура речевой деятельности** – это культура владения словом, обмен сообщениями с наивысшей эффективностью; это система знаний, умений и навыков по осмыслению ситуаций, порождению и восприятию высказывания. Отличительными показателями культуры речевой деятельности являются правильное четкое произношение (или написание), коммуникативная целесообразность речи (ее точность, выразительность и т. д.), структурно – логическое построение текстов, применение

невербальных средств, объективное понимание со стороны слушающего, читающего.

**Культура речи** – совокупность таких качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата с учетом конкретной ситуации и в соответствии с поставленными целями и задачами.

Каждый, кто желает повысить свою культуру речи, должен понимать:

- чем кодифицированная речь отличается от разговорной и просторечия;
- что собой представляют функциональные стили;
- почему в языке существуют фонетические, лексические, грамматические варианты;
- в чем заключается их различие;
- что такое языковая норма;
- усвоить и развить навыки отбора и употребления языковых средств в процессе речевой деятельности.

Овладеть:

- нормами литературного языка;
- речевым этикетом.

**Основа культуры речи** – литературный язык. Он существует в двух формах – устной и письменной. Каждая форма речи имеет свою специфику.

**Устная речь:**

- это речь звучащая, в ней используется система фонетических и просодических средств выражения;
- она создается в процессе говорения;
- для нее характерны словесная импровизация и некоторые языковые особенности (свобода в выборе лексики, использование простых предложений, употребление побудительных, вопросительных, восклицательных предложений различного рода, повторы, незаконченность выражения мысли).

**Письменная речь:**

- это речь, графически закреплённая;
- она может быть заранее обдуманна и исправлена;



- для нее характерны некоторые языковые особенности (преобладание книжной лексики, наличие сложных предлогов, страдательных конструкций, строгое соблюдение языковых норм, отсутствие внеязыковых элементов и др.).

Устная речь отличается от письменной также **характером адресата**. Письменная речь обычно обращена к отсутствующим. Тот, кто пишет, не видит своего читателя, а может лишь мысленно представить его себе. На письменную речь не влияет реакция тех, кто ее читает. Напротив, устная речь предполагает наличие собеседника. Говорящий и слушающий не только слышат, но и видят друг друга. Поэтому устная речь нередко зависит от того, как ее воспринимают. Реакция одобрения или неодобрения, реплики слушателей, их улыбки и смех – все это может повлиять на характер речи, изменить ее в зависимости от этой реакции. Устные виды речи подразделяются на монологические и диалогические, каждый из которых имеет свои особенности.

**К монологическим относятся:**

- приветственная речь;
- торговая речь (реклама);
- информационная речь;
- доклад (на заседании, собрании).

**Жанры, основанные на диалоге, – это:**

- разговор;
- беседы;
- интервью;
- переговоры;
- дискуссия;
- совещание (собрание);
- пресс-конференция.

Говорящий создает, творит свою речь сразу. Он одновременно работает над содержанием и формой.

Пишущий имеет возможность совершенствовать написанный текст, возвращаться к нему, изменять, исправлять.

Есть еще одно различие между письменной и устной речью. О нем говорят пословицы: «Что написано пером – не вырубишь топором» и «Слово не воробей, вылетит – не поймаешь». Написанное может долго

сохраняться; произнесенное, сказанное – недолговечно, но его роль в нашей жизни неоспорима.

Особенность устной речи проявляется и в том, что она неоднородна и в стилистическом отношении.

Наблюдение за устной речью показало, что она представлена в трех стилевых разновидностях: **кодифицированная, разговорная и просторечие.**

**Кодифицированная речь** используется преимущественно в официальных сферах общения (симпозиумы, съезды, конференции, собрания, заседания и т. д.). Чаще всего она бывает заранее подготовленная (выступление с лекцией, докладом, сообщением, информацией, отчетом) и далеко не всегда опирается на внеязыковую ситуацию. Для кодифицированной речи характерно умеренное использование мимики, жестов. Вся она строится с учетом норм литературного языка.

**Разговорная речь** протекает в неофициальной обстановке, непринужденно, спонтанно. Для нее характерны: свободное производство языковых единиц (слов, словосочетаний, предложений), широкое использование стереотипов, а также мимики и жестов.

Третью форму речевого проявления составляет **просторечие.**

Носители просторечия – люди, не владеющие нормами литературного языка.

**Коммуникативные признаки просторечия:**

- речевое «неразличение» коммуникативных сфер официального и непринужденного общения;

- отсутствие специальных форм этикета (вежливого и подчеркнуто вежливого обращения) либо их смешение;

- большая выраженность тенденций к упрощению;

- коммуникативная несогласованность высказывания со сферой адресата и нарушенность обратной связи, преимущественная опора на личный опыт говорящего (а по пословицам: «Я ему про Фому, он мне – про Ерему» и «В огороде бузина, в Киеве дядька»).

**Стилевые признаки просторечия:**

- обращение на «ты» к незнакомым;

- смешение «ты» и «вы» в пределах общения с одним коммуникантом;
- широкий диапазон форм обращения (борода, бабуля, старик, парень и др.);
- обилие уменьшительно-ласкательных форм;
- меньшая четкость произношения звуков, часто за порогом их различимости;
- пропуски, опущения, структурная и смысловая нарушенность высказывания, рассогласованность взаимных реплик диалога.

Поскольку ответственным работникам, руководителям, менеджерам приходится вести деловые разговоры как с владеющими литературным языком, так и с теми, кто им не владеет, то, чтобы добиться результата, узнать то, что требуется, сообщить то, что необходимо, чтобы адресат все понял, следует хорошо знать и учитывать особенности любого из используемых стилей, соблюдая при этом нормативность литературного языка.

**К основным качествам речевой культуры** относятся: нормативность (правильность), содержательность, точность, понятность, чистота речи, богатство, выразительность.

Важнейшим признаком литературного языка считается его **нормативность (правильность)**, которая проявляется как в его письменной, так и в устной форме. Многообразие определений этого понятия в лингвистической литературе можно свести к следующей формулировке: норма – единообразное, образцовое, общепризнанное употребление элементов языка (слов, словосочетаний); правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка. Характерные особенности нормы литературного языка:

- относительная устойчивость;
- распространенность;
- общеупотребительность;
- общеобязательность;
- соответствие употреблению, обычаю и возможностям языковой системы.

Языковые нормы не выдумываются учеными. Они отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, и поддерживаются речевой практикой. Норма не делит средства языка на хорошие и плохие, а указывает на их коммуникативную целесообразность.

Языковые нормы – явление историческое. Изменение литературных норм обусловлено постоянным развитием языка. То, что было нормой в прошлом столетии и даже 15-20 лет назад, сегодня может стать отклонением от нее. Например, в 30-40-е гг. употреблялись слова дипломник и дипломант для выражения одного и того же понятия: «студент, выполняющий дипломную работу». Слово дипломник было разговорным вариантом слова дипломант. В литературной норме 50-60-х гг. произошло разграничение в употреблении этих слов: прежнее разговорное дипломник теперь обозначает учащегося, студента в период защиты дипломной работы, получения диплома. Словом дипломант стали называть преимущественно победителей конкурсов, призеров смотров, состязаний, отмеченных дипломом (например, дипломант Всесоюзного конкурса пианистов, дипломант Международного конкурса вокалистов).

Изменению норм предшествует появление их вариантов, которые реально существуют в языке на определенном этапе его развития, активно используются его носителями. Варианты норм отражаются в словарях современного литературного языка.

Историческая смена норм литературного языка – закономерное, объективное явление

**Грамматические нормы** – это правила использования морфологических форм разных частей речи и синтаксических конструкций. Их нарушения ведёт к грамматическим ошибкам.

Наиболее часты грамматические ошибки, связанные с употреблением рода имен существительных. Можно услышать неправильные словосочетания: *железнодорожная рельса, французская шампунь, большой мозоль, заказной бандероль, лакированный тувель*.

Но ведь существительные рельс, шампунь – мужского рода, мозоль, бандероль – женского рода, поэтому следует говорить: *железнодорожный рельс, французский шампунь, большая мозоль, заказная бандероль*. Слово тувель в такой форме считается неправильным. Правильно говорить:

туфля с удалением на первом слоге: нет одной туфли; купила красивые туфли; зимних туфель много в магазине; рада новым туфлям.

Особого внимания требуют **лексические нормы**, т. е. правила применения слов в речи. Нарушение лексических норм приводит к искажению смысла высказывания.

Нарушение лексических норм порой связано с тем, что говорящие путают слова, близкие по звучанию, но различные по значению. Например, не всегда правильно употребляются глаголы *предоставить* и *представить*. Глагол *предоставить* означает «дать возможность воспользоваться чем-либо» (*предоставить квартиру, отпуск, должность, кредит, заем, права, независимость, слово и т. д.*), а глагол *представить* имеет значение «передать, дать, предъявить что-либо, кому-либо» (*представить отчет, справку, факты, доказательства; представить к награде, к ордену, к званию, на соискание премии и т. д.*).

Языковая норма – это не догма, претендующая на неукоснительное выполнение. Но любые отклонения от нормы должны быть ситуативно и стилистически оправданы, отражать реально существующие в языке варианты формы (разговорную или профессиональную речь, диалектные отклонения и т. п.), а не произвольное желание говорящего.

Произносительные нормы устной речи изучает **орфоэпия** (греч. *orthos* – правильный и *epos* – речь). Она исследует закономерности литературного произношения.

Соблюдение единообразия в произношении имеет важное значение. Произношение, соответствующее орфоэпическим нормам, облегчает и ускоряет процесс общения. Поэтому социальная роль правильного произношения очень велика, особенно в настоящее время в нашем обществе, где устная речь стала средством самого широкого общения на различных собраниях, конференциях, съездах.

Важнейшим признаком речевой культуры считается соблюдение норм ударения.

Особенности и функции ударения изучает отдел языкознания, который называется **акцентологией** (от лат. *accentus* – ударение).

Словесное ударение – область особая. Она – лакмусовая бумажка речевой культуры. Нормативные рекомендации здесь особенно строги,

Неверное ударение не оправдывается ни разговорностью речи, ни ее территориальной принадлежностью.

Ударение в русском языке свободное, что отличает его от некоторых других языков, в которых ударение закреплено за каким-то определенным слогом. Например, в эстонском, латышском, чешском, финском ударным всегда бывает первый слог, в польском, грузинском – предпоследний, в армянском, французском – последний. В русском языке ударение может падать на любой слог, поэтому его называют разноместным.

Однако все ли различия в ударениях следует безоговорочно считать ошибкой? Конечно, нет. Для ударения тоже существует понятие вариантности, означающее наличие в некоторых словах вариантов ударения, применяемых в разных ситуациях общения.

Чтобы не допустить ошибки в постановке ударения, следует знать не только норму, но и типы вариантов, а также условия, при которых может быть использован тот или иной из них. Для этого рекомендуется пользоваться специальными словарями и справочниками.

Речь считается **содержательной**, если она имеет внутренний смысл. Не случайно уже в древнерусском языке одно из значений слова смысл было «разум, рассудок, ум». В таком значении оно оставалось известным и в XIX в. Вспомним строчки из «Руслана и Людмилы» А. С. Пушкина: «Руслан томился молчаливо, и смысл и память потерял». Таким образом, содержательность речи зависит от степени умственного развития говорящих, от их интеллекта. Это подтверждает и пословица «Красно поле пшеном, а беседа умом».

Содержательные лекции, выступления, статьи доставляют человеку наслаждение, приносят радость, обогащают новыми знаниями, недаром народ говорит: «Хорошую речь хорошо и слушать», «В чужой беседе всяк ума наберется». Пословицы имеют в виду не пустословие, а содержательный, умный разговор.

Отсюда предупреждение, определяющее отношение к слову, речи, языку: «Когда говоришь – думай», «Слово не зря молвится», «Не бросай слов на ветер», «Не следует слова тратить попусту», «Коня на вожжах не удержишь, а слова с языка не воротишь». И в этих пословицах озабоченность о содержательной стороне речи: обдумай то, что хочешь сказать; слова подбирай соответственно смыслу.

Чтобы речь была содержательной, информативной, обогащала слушателей, привлекала их внимание, важно, работая над текстом, осмыслить:

- какие положения будут развиты;
- что нового вносится в решение вопроса;
- что остается спорным и требует дальнейших размышлений;
- насколько высказываемые мысли аргументированы;
- какова авторская позиция.

**Точность** речи чаще всего связывают с точностью словоупотребления.

Точность словоупотребления зависит от того, насколько говорящий знает предмет речи, насколько он эрудирован, умеет ли логически мыслить, знает ли законы русского языка, его правила.

Таким образом, точность речи определяется:

- знанием предмета;
- логикой мышления;
- умением выбирать нужные слова.

Нарушение логической последовательности, отсутствие логики в изложении приводит к неточности речи.

Каждое знаменательное слово выполняет номинативную функцию, т. е. называет предмет или его качество, действие, состояние. Это обязывает говорящих обращать внимание на значение слов, правильно их использовать. Небрежное отношение к языку может привести к непониманию, неверным действиям, выводам, к нарушению речевой этики.

Снижает точность речи незнание о существовании в языке паронимов и омонимов, неумение нейтрализовать эти явления в речи.

**Паронимами** (para – рядом, onima – имя) называются слова, близкие по звучанию и написанию, но разные по значению. Например: адресант – адресат, экскаватор – эскалатор, кворум – форум, контракт – контакт, факт – фактор, описка – отписка, внеклассный – внеклассовый.

Паронимы встречаются и среди собственных имен: Эйзенштейн – Эйнштейн, Капри – Кипр, Швеция – Швейцария.

Наличие в языке паронимов приводит к тому, что в устной и письменной речи одно слово ошибочно употребляется вместо другого.

Употребление в речи **омонимов**, т. е. слов, различных по значению, но одинаковых по написанию и звучанию, может так же привести к смысловой неточности, двусмысленности высказывания. Неудачное употребление омонимов может привести к комическому эффекту. Так, фраза «совместный отдых, как и труд, спаивает людей» обязательно вызывает нежелательную реакцию.

Среди требований, предъявляемых к языку говорящего или пишущего, выделяется требование **понятности**.

Соблюдение данного требования важно потому, что оно связано с действенностью, эффективностью устного слова.

По мнению исследователей, общепонятность языка определяется прежде всего отбором речевых средств, а именно необходимостью ограничить использование слов, находящихся на периферии словарного состава языка и не обладающих качеством коммуникативной общезначимости.

Огромный словарь русского языка с точки зрения сферы употребления можно разделить на две большие группы – **лексику неограниченной сферы** употребления, в которую входят общеупотребительные, понятные для всех слова, и **лексику ограниченного употребления**, в которую включены профессионализмы, диалектизмы, жаргонизмы, термины, т. е. слова, употребляемые в определенной сфере – профессиональной, территориальной, социальной.

Лексика неограниченной сферы употребления состоит из общеупотребительных слов, которые в определенных социальных условиях должны быть понятны всем носителям данного языка во всех случаях: хлеб, семья, город, сад, тетрадь, школьник, врач, мороз, луна, птица, любовь, сила. Общеупотребительный словарный фонд русского языка огромен. Он-то и делает нашу речь общедоступной для каждого.

Гораздо труднее обстоит дело с восприятием слов ограниченной сферы употребления. Она так и названа потому, что ее не могут и не должны понимать абсолютно все. Рассмотрим основные группы этих слов.

**Профессионализмами** называются слова и выражения, используемые людьми одной профессии (журналисты, электронщики, плотники, шахтеры и др.). Они в большинстве случаев не относятся к официальным, узаконенным наименованиям.



Для них характерна большая детализация в обозначении специальных понятий, орудий труда, производственных процессов, материала

Профессионализмы часто обладают экспрессией, что сближает их с жаргонизмами. Так водители автобусов, грузовиков, легковых автомобилей руль называют баранкой, полиграфисты принятый на письме знак – кавычки по их виду образно называют ёлочками, лапками, общий заголовок в газете – шапкой.

**Диалектная лексика** – слова, ограниченные в территориальном отношении, входящие в словарный состав отдельных диалектов, понятные лишь жителю данной местности. Например: биспой – «седой, серебристый» (в говорах Архангельской области); зобать – «есть» (в рязанских говорах); жварить – «сильно бить, колотить» (в калужском говоре).

**Жаргонизмы** – слова и выражения, принадлежащие какому-либо жаргону. В современной лингвистической литературе слово жаргон обычно употребляется для обозначения различных ответвлений общенародного языка, которые служат средством общения различных социальных групп.

Возникновение жаргонов связано со стремлением отдельных групп противопоставить себя обществу или другим социальным группам, отгородиться от них, используя средства языка.

Часто говорят и пишут о молодежном жаргоне. Вряд ли это явление можно назвать жаргоном, ибо оно не имеет социальных корней. Молодежь, особенно подростки, в целях возрастного «самоутверждения» начинает употреблять слова и словечки, отличающиеся от общепринятой речевой нормы. В ход идут элементы разноплановой лексики: иностранные слова, профессионализмы (моряков, музыкантов), вульгаризмы, диалектизмы и в какой-то мере жаргонизмы. Употребляются они как некий признак принадлежности к определенному «клану» – возрастной группе. Применяются эти слова бездумно, неосознанно, смысл их весьма приблизителен, а происхождение чаще всего неизвестно для говорящего. Вряд ли кто-нибудь, употребляя модное в свое время словечко «клёво», подозревал, что оно давно известно в рязанских, владимирских, тамбовских говорах, обозначая в них «хорошо».

Все жаргонные слова представляют собой стилистически сниженную лексику и находятся за пределами литературного языка. Они, как и любое слово литературного языка, диалекта, со временем устаревают и исчезают или вместо одних жаргонизмов появляются другие. Так, среди названий денег появились штука (1000 рублей), лимон (миллион), башли, бабки (деньги).

Лексика ограниченной сферы употребления требует вдумчивого с ней обращения. Не нужно полностью исключать ее из своей речи. Если приходится общаться в узкопрофессиональной среде, то можно свободно использовать в речи принятые там специальные слова и профессионализмы. Но если нет уверенности, что все слушатели знакомы со специальной лексикой, то следует раскрыть, объяснить каждое необщепотребительное слово.

**Чистота** речи – отсутствие в ней лишних слов, слов-сорняков, слов-паразитов. Конечно, в языке названных слов нет, такими они становятся в речи говорящего из-за частого, неуместного их употребления. К сожалению, многие активно вставляют в свою речь «любимые словечки»: так сказать, значит, вот, собственно говоря, видите ли, понятно, да, так, понимаете и др. Это производит очень неприятное впечатление.

**Слова-сорняки, слова-паразиты** не несут никакой смысловой нагрузки, не обладают информативностью. Они просто засоряют речь говорящего, затрудняют ее восприятие, отвлекают внимание от содержания высказывания.

Почему же все-таки слова-сорняки появляются в нашей речи? Это и волнение во время говорения, и неумение мыслить публично, подбирать нужные слова для оформления своих мыслей и, конечно, бедность индивидуального словаря говорящего. Забота о чистоте речи повышает качество речевой деятельности.

**Богатство и разнообразие**, оригинальность речи говорящего или пишущего во многом зависит от того, насколько он осознает, в чем заключается самобытность родного языка, его богатство. Богатство любого языка определяется, прежде всего, богатством словаря.

Каким может быть словарный запас человека? Ответить на этот вопрос однозначно очень трудно. Одни исследователи считают, что активный словарь современного человека обычно не превышает 7-9 тыс.

разных слов, по подсчетам других, он достигает 11-13 тыс. слов. А теперь сопоставьте эти данные со словарем великих мастеров художественного слова. Например, А. С. Пушкин употребил в своих произведениях и письмах более 21 тыс. слов (при анализе повторяющиеся слова принимались за одно), причем половину этих слов он употребил только по одному или два раза. Это свидетельствует об исключительном богатстве словаря гениального поэта. Приведем сведения о количестве слов у некоторых других писателей и поэтов: Есенин – 18890 слов, Сервантес – около 17 тыс. слов, Шекспир – около 15 тыс. слов (по другим источникам – около 20 тыс.), Гоголь («Мертвые души») – около 10 тыс. слов. А у некоторых людей запас слов бывает чрезвычайно беден. Недаром И. Ильф и Е. Петров в знаменитых «Двенадцати стульях» высмеяли Эллочку-людоедку, которая обходилась всего тридцатью словами.

Говорящему необходимо иметь достаточный запас слов, чтобы выражать свои мысли четко и ясно. Важно постоянно заботиться о расширении этого запаса, используя **методы увеличения активного словарного запаса:**

- общение (во время разговора каждый его участник пополняет свой словарный запас из арсенала собеседника – происходит словообмен между ними);

- чтение вслух (читая про себя, мы тоже пополняем свой лексикон, но не так быстро, потому что таким способом мы слова только видим, при чтении же вслух, мы их помимо этого еще и слышим и, что самое важное, – произносим, поэтому лучше запоминаем);

- пересказ близко к тексту (когда текст свеж в памяти, то во время его пересказа мы в большей степени склонны оперировать именно теми словами, которыми он был написан, переводя, таким образом, некоторые слова из пассива в актив;

- работа со словарем синонимов (в русском языке очень богатые синонимические ряды – каждое слово в среднем имеет 5-6 синонимов; некоторые слова могут иметь до сорока синонимов (например, «большой», «хороший»); возьмите любой текст (ваше письмо, объявление, заявление, статья и т. д.) и при помощи словаря постарайтесь заменить его слова на соответствующие синонимы, чтобы не пострадал смысл текста);

- учить наизусть – стихи и прозу, цитаты, афоризмы, пословицы и поговорки. Убогая, бедная в языковом отношении речь воспринимается как отрицательная характеристика человека, свидетельствует о его поверхностных знаниях, низкой речевой культуре, о недостаточном запасе слов. Но главное: бедность, серость, однообразие языка связывается с бедностью, серостью и не оригинальностью мысли. В тоже время фразеологизмы помогают немногими словами сказать многое, поскольку они определяют не только предмет, но и его признак, не только действие, но и его обстоятельства. Фразеология привлекает выступающих своей экспрессивностью, потенциальной возможностью положительно или отрицательно оценивать явления, выражать одобрение или осуждение, ироническое, насмешливое или иное отношение к нему. Особенно ярко это проявляется у так называемых фразеологизмов-характеристик, например: белая ворона, подсадная утка, блудный сын, неробкого десятка, одного поля ягода, собака на сене.

Богатый материал для выступлений содержит и устное народное творчество. Настоящий клад для оратора – пословицы и поговорки. Это меткие образные народные выражения с назидательным смыслом, обобщающие различные явления жизни. Пословицы и поговорки представляют собой сгустки народной мудрости, они выражают истину, проверенную многовековой историей народа-творца, опытом многих поколений. Они не только усиливают выразительность речи, придают остроту, углубляют содержание выступлений, но и помогают найти путь к сердцу слушателей, завоевать их уважение и расположение.

Стократ прав К. И. Чуковский, написавший в книге «Живой как жизнь»: «Не для того наш народ вместе с гениями русского слова – от Пушкина до Чехова и Горького – создал для нас и для наших потомков богатый, свободный и сильный язык, поражающий своими изощренными, гибкими, бесконечно разнообразными формами, не для того нам оставлено в дар это величайшее сокровище нашей национальной культуры, чтобы мы, с презрением забросив его, свели свою речь к нескольким десяткам штампованных фраз».

**Выразительность** речи усиливает эффективность выступления: яркая речь вызывает интерес у слушателей, поддерживает внимание к

предмету разговора, оказывает воздействие не только на разум, но и на чувства, воображение слушателей.

Условия, способствующие тому, чтобы речь была образной и выразительной:

- самостоятельность мышления, деятельности сознания автора речи;
- равнодушие, интерес автора речи к тому, о чем он говорит или пишет, и к тем, для кого он говорит или пишет;
- хорошее знание языка, его выразительных возможностей;
- хорошее знание свойств и особенностей языковых стилей;
- систематическая и осознанная тренировка речевых навыков;
- умение контролировать свою речь, замечать, что в ней выразительно, а что шаблонно и серо;
- сознательное намерение автора речи говорить и писать выразительно, психологическая целевая установка на выразительность.

Соблюдение перечисленных условий дает прекрасный результат. Недаром народ говорит: «Без труда не вытащишь и рыбку из пруда», «Терпение и труд все перетрут».

Выразительность речи во многом зависит от того, в какой степени творящий ее знаком с художественными приемами, традиционно называемыми тропами и фигурами.

**Тропы** – слова и выражения, употребленные не в обычном, прямом значении, а в переносном смысле. В основе тропа лежит сопоставление явлений сходных по каким-либо признакам или каким-либо образом связанных, соотносящихся между собой. К тропам относятся: метафора, метонимия, синекдоха, сравнения, эпитеты.

**Метафора** основана на переносе наименования по сходству. Метафоры образуются по принципу олицетворения {вода бежит}, овеществления (стальные нервы), отвлечения (поле деятельности) и т. д. В роли метафоры могут выступать различные части речи: глагол, существительное, прилагательное. Метафоры должны быть оригинальными, необычными, вызывать эмоциональные ассоциации, помогать глубже осознать, представить событие или явление

**Синекдоха** – троп, сущность которого заключается в том, что называется часть всего целого, используется единственное число вместо

множественного или, наоборот, целое – вместо части, множественное число – вместо единственного.

Примером применения синекдохи служат эмоциональные, образные, глубокие по содержанию слова М. А. Шолохова о характере русского человека. Употребляя слово человек и собственное имя Иван, писатель подразумевает весь народ.

**Сравнение** – это образное выражение, построенное на сопоставлении двух предметов или состояний, имеющих общий признак. Сравнение предполагает наличие трех данных: во-первых, то, что сравнивается («предмет»), во-вторых, с чем сравнивается («образ»), в-третьих, то, на основании чего одно сравнивается с другим («признак»).

Сравнение только тогда будет действенным, когда оно органически связано с содержанием, когда оно не затемняет мысль, а поясняет ее, делает более простой. Сила сравнения – в его оригинальности, необычности, а это достигается путем сближения предметов, явлений или действий, которые, казалось бы, ничего общего между собой не имеют.

**Эпитеты** – художественные определения. Они позволяют более ярко характеризовать свойства, качества предмета или явления и тем самым обогащают содержание высказывания.

Эпитеты помогают точнее нарисовать портрет того или иного лица, исторического деятеля, писателя, поэта.

В практике ораторского искусства выработаны приемы, которые не только оживляют повествование, придают ему выразительность, но и диалогизируют монологическую речь.

Один из таких приемов – **вопросно-ответный ход**. Он заключается в том, что оратор, как бы предвидя возражения слушателей, угадывая их возможные вопросы, сам такие вопросы формулирует и сам на них отвечает. Вопросно-ответный ход превращает монологическую речь в диалог, делает слушателей собеседниками оратора, активизирует их внимание, вовлекает в научный поиск истины.

Вопросно-ответный ход используется не только для придания речи выразительности и эмоциональности, но и применяется как действенное средство в скрытой полемике. Если в речи излагается спорный вопрос, который может вызвать у слушателей сомнение, то выступающий, предвидя это, прибегает к вопросно-ответному приему.

Помимо вопросно-ответного приема нередко применяют так называемый эмоциональный или **риторический вопрос**. Особенность его заключается в том, что он не требует ответа, а служит для эмоционального утверждения или отрицания чего-либо. Обращение с вопросом к аудитории – эффективный прием.

Произнесенный оратором риторический вопрос воспринимается слушателями не как вопрос, на который необходимо дать ответ, а как положительное утверждение.

Риторический вопрос усиливает воздействие речи на слушателей, пробуждает в них соответствующие чувства, несет большую смысловую и эмоциональную нагрузку.

Дословно переданная чужая речь называется **цитатой**. Необходимо из выбранных для выступления цитат отобрать наиболее интересные, содержательные, оригинальные или наименее известные.

Надо так подать цитату, чтобы легко улавливалось, где ее начало и конец. Очень важно не исказить мысль цитируемого автора. Ведь отдельно взятое предложение или несколько предложений могут иметь иное значение, чем в контексте. Нельзя произвольно изменять текст, т. е. переставлять слова, вводить вместо одного слова другое, изменять грамматическую форму слов. Цитата должна быть точной.

**Деловой этикет** предусматривает соблюдение норм поведения и общения в деловой сфере. Поскольку общение есть деятельность человека, процесс, в котором он участвует, то при общении в первую очередь учитываются особенности речевого этикета. Под речевым этикетом понимаются разработанные правила речевого поведения, система речевых формул общения.

Степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности человека. Это прежде всего относится к государственным служащим, политикам, педагогам, юристам, врачам, менеджерам, предпринимателям, журналистам, работникам сферы обслуживания, т. е. тем, кто по роду своей деятельности постоянно общается с людьми.

Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и

непринужденно, не испытывать неловкости из-за промахов и неправильных действий, избежать насмешек со стороны окружающих.

Соблюдение речевого этикета имеет, кроме того, воспитательное значение, невольно способствует повышению как речевой, так и общей культуры общества.

Но наиболее важно: неукоснительное следование правилам речевого этикета членами коллектива того или иного учреждения, предприятия, производства, офиса оставляет у клиентов, соучредителей, партнеров благоприятное впечатление, поддерживает положительную репутацию всей организации. Речевой этикет в определенной мере отражает нравственное состояние общества, его моральные устои.

### **Контрольные вопросы**

1 Что означают понятия «риторика», «ораторское искусство», «красноречие»?

2 Что обусловило появление ораторского искусства?

3 Каковы особенности ораторского искусства?

4 Что составляет предмет современной риторики?

5 Что такое «литературный язык»? Какие сферы человеческой деятельности он обслуживает?

6 Чем устная речь отличается от письменной?

7 Определите понятия «разговорная речь», «кодифицированная речь», «просторечие».

8 Дайте определение понятия «норма литературного языка». Перечислите характерные особенности нормы.

9 Каковы основные особенности ударения в русском языке?

10 Что такое «выразительность речи»? От каких условий она зависит?

11 Назовите основные средства речевой выразительности.

12 Охарактеризуйте изобразительные средства языка: метафору, синекдоху, сравнение, эпитет.

13 Расскажите об использовании в речи пословиц, поговорок, крылатых слов, фразеологических выражений.

14 В чем состоит богатство (разнообразие) речи?

15 Назовите методы увеличения словарного запаса.

16 Каково значение речевого этикета в деловом общении?



## Тема 2. ПОДГОТОВКА К ВЫСТУПЛЕНИЮ

### 2.1 Факторы, определяющие успех выступления

К факторам, которые влияют на успех выступления, можно отнести риторические навыки и умения, свободное владение предметом речи, эрудицию оратора, владение методикой и техникой ораторского выступления. Рассмотрим их.

**1) Риторические навыки и умения.** Чтобы выступать публично, оратор должен обладать рядом специальных навыков и умений. По определению психологов, навык – это способность осуществлять ту или иную операцию наилучшим образом.

Какие навыки необходимо иметь оратору?

К основным навыкам оратора относятся следующие:

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

К основным умениям относятся:

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

Если какие-либо навыки или умения будут отсутствовать у выступающего, то его общение со слушателями может оказаться неэффективным.

**2) Свободное владение предметом речи.** Успех публичного выступления во многом зависит и от того, как выступающий знает предмет речи. Только в том случае, если оратор хорошо разбирается в теме своего выступления, если он сумеет рассказать слушателям много интересного и

привести новые для аудитории факты, если ему удастся ответить на возникшие вопросы, он может рассчитывать на внимание слушателей

**3) Эрудиция оратора.** Оратор должен быть человеком эрудированным, т. е. начитанным, осведомленным в области литературы и искусства, науки и техники.

**4) Владение методикой и техникой ораторского выступления.** Нельзя забывать, что оратор не только создатель, но и исполнитель речи. Поэтому недостаточно подготовить интересное по содержанию выступление, нужно научиться выступать с речью, т. е. овладеть методикой ораторского мастерства. И здесь все важно: громкость голоса, интонация, темп и ритм речи, паузы, жесты и мимика, манера держаться, поведение на трибуне.

Оратор, которому удастся расположить аудиторию доверительным к ней обращением, уважительным отношением, приятным голосом, приветливой улыбкой и другими средствами, несомненно, добьется успеха у слушателей, и, наоборот, пренебрежение к аудитории, неуверенность в поведении выступающего, невыразительный, бесстрастный голос вызовут отрицательное отношение к оратору и его речи со стороны аудитории. Нередко причина этого в том, что перед публичными выступлениями они испытывают чувство неуверенности, сильно волнуются, боятся встречи со слушателями. Это сказывается на их физическом состоянии: одних охватывает нервная дрожь, другие краснеют или бледнеют, у третьих начинает дрожать голос и т. п. Для разных проявлений страха публичного выступления, столь часто встречающегося в жизни, медики даже придумали названия. Вот три из них: **лалиофобия** (страх говорить), **демофобия** (боязнь толпы) и **катагеллофобия** (страх выглядеть смешным). У этих заболеваний вполне определенные симптомы: ускоренный пульс, поверхностное дыхание, мышечные спазмы, воздействующие на голос, пересохшая полость рта, расширение глаз, потные ладони, напряженные нервы.

Но нервозность перед выступлением не является психической или психологической неполноценностью. Это нормальная и здоровая реакция нашего организма.

Не случайно появилось даже такое понятие, как «ораторская лихорадка». Единых рецептов избавления от нее не существует, хотя в

методической литературе можно найти немало интересных советов и рекомендаций.

Как же преодолеть чувство страха и неуверенности перед выступлением? Прежде всего – осознать их причины. Немецкий исследователь Отто Эрнст в книге «Слово предоставлено вам» называет причины возникновения скованности и страха перед публичным выступлением и предлагает пути их преодоления. Такой причиной, по его мнению, бывает чрезмерное погружение в собственные переживания. В этом случае автор рекомендует думать о деле, сконцентрировать внимание на содержании речи.

Нередко ораторы просто недооценивают собственные возможности, поэтому им следует заставить себя поверить, что они хорошо подготовились к выступлению и могут сообщить слушателям нечто важное и полезное. Некоторые ораторы волнуются из-за недостатка опыта.

Иногда ораторов смущает воспоминание о провале. Поскольку неудачи бывают и у опытных ораторов, следует смириться с мыслью, что какое-то из выступлений действительно может оказаться неудачным, и реагировать на это спокойно и рассудительно. Причиной неуверенности оратора может быть и просто слабое знание предмета выступления.

Оратору нужна хорошая не только теоретическая, но и **психологическая подготовка**. Он должен уметь определенным образом настроить себя перед выступлением, научиться управлять своими чувствами и настроением, владеть приёмами выработки уверенности, проводить психологическую подготовку. Для роста уверенности в себе при публичных выступлениях возможны следующие **приёмы**.

**1) Осознание положительных установок («ЗНАЮ»):**

- волнение перед аудиторией – это не патология, а нормальное явление;
- большинство людей боятся выступать публично (т. е., не я один такой);
- страх перед аудиторией не имеет разумного основания (социофобия);
- избавиться от страха перед аудиторией не так трудно, как кажется.

Одно лишь одобрительное осознание этих установок способствует постепенному росту уверенности в себе в дальнейшем. Это обыкновенный аутотренинг.

**2) Практика публичных выступлений («УМЕЮ»)** – это, без сомнения, самый надежный приём. Практиковаться стоит везде, где только возможно. Практический опыт накапливается – с каждым выступлением, приобретаются новые навыки, и если тахикардия всё еще беспокоит, то надо просто упорно продолжать накапливать опыт – практиковаться и снова практиковаться, а также не забыть присовокупить к практическим выступлениям следующий приём.

**3) Последующее, после выступлений, положительное самовнушение («ЗНАЮ»)**, типа: «меня никто не заставлял – я сам выступил, что говорит о моей достаточной решительности»; «получилось лучше, чем в прошлый раз – уже видел аудиторию, не то, что раньше, когда все слушатели были как в тумане»; «уже больше занимался делом и меньше думал о себе – налицо прогресс» и т. д., а не так, как обычно: «опозорился, больше я на публичные выступления не ходок» и т. д.

**4) Контроль признаков уверенности:** веди себя уверенно – и почувствуешь себя уверенно (тут и «ЗНАЮ», и «УМЕЮ»). В данном случае работает правило: твоя слабость – моя сила, моя слабость – твоя сила – колеблются чаши весов. Это правило всегда вступает в действие там, где ярко выражены элементы борьбы – переговоры, судебные разбирательства, дебаты, ответы на каверзные вопросы при публичных выступлениях и т. д. О внутренней силе оппоненту говорят наши признаки уверенности, а о внутренней слабости – признаки неуверенности. Признаки уверенности всегда работают на нас, это наши союзники.

**5) Уверенность в своей манере выступать («ЗНАЮ»)**. Одна из причин волнения – сомнение, страх: «а вдруг я говорю или делаю что-то не то или не так?». Конечно, следует отличать избыточное волнение, страх, когда сознание и воля парализованы, от волнения как элемент творческого подъёма. Не разгадав истинного состояния выступающего, слушатели могут настроиться агрессивно против него и речи, так как внешние проявления стресса могут быть восприняты как сигнал агрессивного поведения оратора. Уверенность же в своей манере говорить обычно появляется в результате использования четырех предыдущих приёмов, а

также в результате тренировки перед зеркалом, работы с магнитофоном, а лучше всего – с видеокамерой.

Причиной тревожного состояния может стать просто **неумелая подготовка речи**. Чем лучше владеешь предметом, тем меньше волнуешься. Подготовка к выступлению – очень важное и ответственное дело в деятельности оратора. Как говорил А. Ф. Кони, – «размер волнения обратно пропорционален затраченному на подготовку труду». И прав Д. Карнеги, утверждавший, что «многие совершают роковую ошибку, не удосуживаясь подготовить свою речь».

## 2.2 Этапы подготовки речи

**Методика** подготовки к выступлению определяется видом ораторской речи, целями и задачами, составом аудитории, в которой предстоит выступать, и индивидуальными особенностями выступающего.

Выделяют следующие **типы ораторов**:

- **рационально – логический**. Ораторы этого типа склонны к анализу явлений, к рассуждениям и строгой аргументированности своих и чужих поступков. Их подготовка к любому высказыванию отличается последовательным отбором и строгой систематизацией материалов, обдумыванием и разработкой подробного плана. Этот выношенный план как бы «сидит у них внутри», и ораторы во время выступления не пользуются им. Их часто заботит другое: как сделать свою речь более яркой, эмоциональной, какие подобрать примеры, чтобы заинтересовать аудиторию. «Логиками» чаще всего бывают сангвиники;

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

- **философский**. Ораторы – «философы» более или менее эмоциональны, склонны к анализу, иногда бывают очень организованны в своей работе, а иногда без всякой видимой организации раскрывают какой-нибудь один вопрос, добираются до корня, и вдруг, как лучом света,

озаряют все найденной идеей. Их общая черта – стремление к исследованию, глубокому осмыслению явлений прямо на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию. Чаще всего данную группу составляют люди флегматического темперамента;

- **лирический, или художественно – образный.** Глубокая эмоциональность, лиризм, внутреннее волнение, острая впечатлительность, проникновенность – черты, характерные для типа. Чаще всего в основе его – характер утонченный, меланхолический. Чтобы определить свой тип, можно воспользоваться тестом «Формула темпераментам (по Е. Жарикову).

Чаще всего в людях сочетаются черты всех четырех темпераментов, один из которых выражен сильнее, а другие – слабее. Поэтому целесообразно говорить не о темпераменте, а о темпераментной структуре личности. Чтобы ее определить, необходимо выразить согласие (высокие баллы) или несогласие (низкие баллы) с приведенными высказываниями (система оценки от 0 до 10):

1 перед каким-либо важным для меня событием я начинаю нервничать;

2 я работаю неравномерно, рывками;

3 я быстро переключаюсь с одного дела на другое;

4 если нужно, я могу спокойно ждать;

5 мне нужно сочувствие и поддержка, особенно при неудачах и трудностях;

6 с равными я несдержан и вспыльчив;

7 мне нетрудно сделать выбор;

8 мне не приходится сдерживать свои эмоции, это получается само собой.

Подсчитайте вес каждого из присущих вам типов темперамента по формулам:

М – п. 1 + п. 5; С – п. 3 + п. 7; Х – п. 2 + п. 6; Ф – п. 4 + п. 8.

Соответствующие символы – М (меланхолик), С (сангвиник), Х (холерик), Ф (флегматик) – запишите в порядке убывания веса. Символы с одинаковыми значениями пишите один под другим. Это позволит вам выявить свою приоритетную формулу темпераментной структуры.

Однако при подготовке к выступлению следует учитывать и некоторые общие методические установки.

К основным этапам подготовки выступления относятся определение темы и цели, подбор материала, изучение отобранной литературы и подготовка письменного текста. Рассмотрим их.

**1) Определение темы и цели.** Название речи должно быть ясным, четким, по возможности кратким. Оно должно отражать содержание выступления и обязательно привлекать внимание слушателей. Удачная формулировка темы выступления определенным образом настраивает аудиторию, готовит ее к восприятию будущей речи.

Умение формулировать тему выступления необходимо не только лекторам, но и руководителям учреждений, президентам акционерных обществ, управляющим фирмами, директорам коммерческих структур, менеджерам, служащим и т. д.

Особое внимание следует обращать на формулировки тем выступлений при разработке повестки дня совещаний, заседаний, программ семинаров, конференций, симпозиумов. Формулировки пунктов повестки дня, темы докладов, сообщений должны ориентировать людей на участие в обсуждении конкретных проблем.

Довольно распространенным в повестке дня является пункт «О разном», «Разное». Представляется целесообразным расшифровывать и этот пункт. Ведь порой вопрос, включенный в «Разное», бывает очень важным для кого-либо из присутствующих, и человек должен иметь возможность заранее продумать и подготовить свое выступление.

При выборе темы рекомендуется ставить перед собой следующие вопросы:

- действительно ли меня интересует тема;
- достаточно ли я знаю по этому вопросу;
- смогу ли я уложиться в отведенное время;
- если я хочу убедить, убежден ли искренне я сам;
- будут ли соответствовать мои тема и цель уровню знаний, интересам и установкам слушателя.

**2) Подбор материала.** Следующий этап подготовки выступления. В методической литературе определены основные источники, из которых

можно черпать новые идеи, интересные сведения, факты, примеры, иллюстрации для своей речи. К ним относятся:

- официальные документы;
- научная, научно-популярная литература;
- справочная литература: энциклопедии, энциклопедические словари, словари по различным отраслям знаний, лингвистические словари (толковые, иностранных слов, орфоэпические, орфографические, синонимов и др.), ежегодники по различным вопросам, таблицы, библиографические указатели;
- статьи из газет и журналов;
- передачи радио и телевидения;
- результаты социологических опросов;
- собственные знания и опыт;
- личные контакты, беседы, интервью;
- размышления и наблюдения.

Чтобы выступление получилось содержательным, лучше использовать не один источник, а несколько.

При подготовке к выступлению нельзя забывать и о так называемом местном материале, т. е. имеющем отношение к жизни слушателей или того коллектива, о котором идет речь. Такой материал оживляет выступление, привлекает к нему внимание слушателей, вызывает у них интерес к выступлению.

Подбор материалов для ораторской речи требует определенного времени, поэтому подготовку к выступлению по возможности надо начинать заранее.

На этом этапе подготовки к выступлению формируется необходимый для оратора навык отбора литературы.

Наиболее простой вид – это **выписки**. Выписывают (или выпечатаывают) то, что относится к изучаемому вопросу, а также материалы, которые могут быть использованы или окажутся нужными лишь впоследствии.

Нередко не считают обязательным указывать, откуда взят данный материал, кто автор текста. Такие материалы трудно, а порой невозможно использовать в дальнейшей работе: забывается источник материала и в случае необходимости нельзя уточнить текст, в таком виде невозможно



классифицировать собранный материал. Зафиксированные же «выходные данные» источника (фамилия и инициалы автора, название книги, место и год издания) – возможность работы с ним по мере необходимости.

**3) Изучение отобранной литературы.** Важнейший этап подготовки ораторской речи – изучение отобранной литературы. Верный признак понимания прочитанного – умение передать его содержание своими словами. Этот навык особенно необходим для оратора, который постоянно делится своими знаниями с аудиторией, воспроизводит по памяти содержание статей, брошюр, книг. Пересказ прочитанного – своеобразная тренировка для оратора: обогащается его речь, совершенствуется лекторское мастерство.

Настоящая подготовка к выступлению заключается в том, чтобы выработать собственное отношение к предмету речи, сформулировать свои мысли по тому или иному вопросу, проанализировать свои идеи с позиций будущей аудитории.

**4) Подготовка письменного текста.** Один из важных вопросов, возникающих при подготовке публичного выступления, – обязательно или нет предварительно составлять письменный текст речи. Это давний спор, своими корнями уходящий в глубокую древность. Античные теоретики ораторского искусства считали писание единственно верным способом подготовки речей. «Лишь с помощью писания можно достигнуть легкости речи», – уверял римский ритор Квинтилиан. Еще лучше – написать речь и, тщательно отделив ее в стилистическом отношении, прочитать вслух. Письменное изложение предстоящей речи очень полезно начинающим лекторам и не обладающим резко выраженной способностью к свободной и спокойной речи.

Написанный текст дисциплинирует оратора, дает ему возможность избежать повторений, неряшливых формулировок, оговорок, заминок, делает его речь более уверенной и т. п. Но и после написания и отработки текста выступления оратор не должен тешить себя надеждой, что он уже готов к встрече со слушателями.

Конечно, проще всего выйти на трибуну и прочитать текст речи по рукописи, но такое выступление не принесет успеха оратору. Слушатели плохо воспринимают чтение текста с листа, отсутствует живой контакт между оратором и аудиторией.

Многие опытные ораторы советуют выступать с опорой на текст. Что это значит? Написанный текст речи следует хорошо осмыслить, проанализировать проблему, о которой будет идти речь, выделить основные смысловые части, продумать связь между ними, несколько раз перечитать текст, произнести его вслух, восстановить в памяти план и содержание.

Целесообразно соответствующим образом разметить и сам текст речи, т. е. подчеркнуть основные положения речи, пронумеровать освещаемые вопросы, выделить фамилии, названия, статистические данные, начало и конец цитат, обозначить иллюстративные примеры и т. п.

Таким текстом легко пользоваться во время выступления. Достаточно опустить взгляд на страницу, чтобы восстановить ход изложения мыслей, найти нужный материал. Выступление с опорой на текст создает впечатление свободного владения материалом, дает возможность оратору уверенно общаться со слушателями.

Мечтой многих ораторов остается умение выступать перед слушателями без всяких записей. Это – высший класс умений публичного выступления – речь вообще без всякой бумажки.

Следует иметь в виду, что у оратора не всегда есть возможность для предварительной подготовки выступления. Иногда на заседаниях, совещаниях, собраниях, различного рода встречах приходится выступать экспромтом, создавать речь в момент ее произнесения. При этом требуется большая мобилизация памяти, энергии, воли. Импровизированное выступление, как правило, хорошо воспринимается аудиторией, устанавливается живой, непосредственный контакт со слушателями. Конечно, неизбежны какие-то отступления, вызванные новыми ассоциациями, не всегда точными бывают формулировки, возможны речевые ошибки. Поэтому не случайно французы говорят, что лучший экспромт тот, который хорошо подготовлен.

Импровизация возможна только на базе больших предварительно полученных знаний. Экспромт бывает хорош, когда он подготовлен всем прошлым опытом оратора. Он может родиться только у человека, который имеет большой запас знаний и владеет необходимыми риторическими навыками и умениями.

## 2.3 Композиция выступления

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

Слово композиция восходит к латинскому *compositio*, которое означает «составление, сочинение».

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

Организация материала в речи, расположение всех частей выступления определяются замыслом оратора, содержанием выступления.

Если соотношение частей выступления нарушается, то эффективность речи снижается, а иногда сводится к нулю.

**План** – основа композиции. Приступая к работе над композицией речи, необходимо прежде всего определить порядок, в котором будет излагаться материал, т. е. составить план. По определению толкового словаря русского языка, план – это взаимное расположение частей, краткая программа какого-нибудь изложения.

Наиболее распространенной структурой устного выступления с античных времен считается трехчастная, включающая в себя следующие элементы: введение, главную часть, заключение. Каждая часть речи имеет свои особенности, которые необходимо учитывать во время подготовки к ораторской речи. Эти особенности обусловлены спецификой восприятия речевого сообщения. При этом у каждой из этих частей – свои функции. У вступления – привлечь к выступающему внимание публики, дать аудитории почувствовать всю серьезность, важность и сенсационность дальнейшего изложения. У главной части – обосновать идеи. У

заклучения – подвести итог выступлению, оставить в сознании слушателей нужное впечатление. Конечно, вышеприведенная классическая триада (вступление, доказательство, заключение) содержит изрядную долю условности.

Определим основные композиционные элементы выступления.

**1) Начало выступления.** От того, как оратор начал говорить, насколько ему удалось привлечь внимание аудитории, заинтересовать слушателей, во многом зависит успех выступления. Неудачное вступление снижает интерес слушателей к теме, рассеивает их внимание. **Во вступлении подчеркивается актуальность темы, значение ее для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса.** Перед вступлением ораторской речи стоит важная психологическая задача – подготовить слушателей к восприятию темы, а также помочь оратору преодолеть «ораторскую лихорадку», вызываемую его волнением.

Начало выступления представляет наибольшую трудность, но в то же время оно является исключительно важным, ибо в этот момент ум слушателей свеж и на него сравнительно легко произвести впечатление. Оратор может завоевать внимание своей аудитории следующими способами:

- возбудив любопытство слушателей;
- по-человечески поведав интересную историю;
- начав с конкретной иллюстрации;
- используя какой-нибудь предмет;
- задав вопрос;
- начав с какой-нибудь уникальной цитаты;
- показав, что тема выступления связана с жизненно важными интересами слушателей;
- начав с неожиданных фактов.

Но риторика знала и некоторое количество «традиционно хороших зачинов», годных в принципе при любой доминирующей функции, но непосредственно соотнесенных все же с функцией привлечения внимания аудиторий, – прямой вопрос к слушателям, конкретный случай, юмористическое замечание, пословица, поговорка и др. Их популярность объясняется прежде всего тем, что именно они позволяют «с порога»

завладеть аудиторией. Не желательно использовать приёмы, которые уже получили название «коммуникативного самоубийства»:

- говорить, что вы не оратор;
- начинать выступление с извинений;
- начинать выступление с шутки.

Следует иметь в виду, что каждая тема требует своего, особого начала. При этом необходимо учитывать и состав аудитории, и степень ее подготовленности.

Рекомендуется заготавливать не одно, а несколько вступлений, чтобы запустить их в дело по ситуации. И не надо торопиться с началом говорения. Желательно выдержать две – три минуты молчания: оглядеться, перевести дух, а главное, дать возможность аудитории привыкнуть. Как писал А. Ф. Кони,- «Первые слова лектора должны быть чрезвычайно просты, доступны, понятны и интересны (должны отвлечь, зацепить внимание). Этих зацепляющих «крючков» – вступлений может быть очень много: что-нибудь неожиданное, какой-нибудь парадокс, какая-то странность..., неожиданный и неглупый вопрос и т. д.». Цель – завоевать аудиторию.

**2) Главная часть.** В главной части выступления важно соблюдать основное правило композиции – логическую последовательность и стройность изложения материала.

Основная часть обычно занимает 60% выступления (на вступление и заключение отводится по 20%). Учитывая, что активное внимание аудитории трудно удерживать более 45 минут, в основной части выступления необходимо выделить 3 – 4 вопроса и обоснованно осветить их. Сопутствующие же вопросы можно только назвать, связав их с предметом обсуждения. По характеру изложения каждый блок вопросов должен быть доказательным, хотя виды доказательства могут быть разными.

Выделяют следующие виды доказательства:

- **логическое** – оратор ненавязчиво, опираясь на рациональное мышление, подводит сознание аудитории к нужной мысли;
- **информационное** – приводится справочный материал, статистические данные, факты; оратор не высказывает свое доказательство прямо, оно вытекает из приводимых им сведений;

- **эмоциональное** – мысль оратора высказывается императивно, слабость аргументации компенсируется повышенным пафосом; например: «И поэтому только мы спасем мир! Только мы сможем защитить его от гниения и разрушения! Только нам дано избавить его полной гибели! Либо наша победа, либо смерть цивилизации – вот как сегодня стоит вопрос»;

- **отсылочное** – оратор в качестве подтверждения ценности и правильности своей позиции использует ссылки на мнение авторитетных личностей или организаций.

При использовании доказательств:

- не следует использовать прямых форм воздействия на аудиторию (во избежание возникновения у слушателей чувства протеста);

- не следует использовать вертикальную модель речевого взаимодействия, то есть модель «снизу – вверх» (учитель – ученики), годится лишь горизонтальная модель, то есть «собеседник – собеседник»;

- не следует подчеркивать дистанции между говорящим и слушателями;

- не следует прибегать к средствам саморекламы;

- не следует «выпрашивать» у слушателей согласия;

- не следует характеризовать аудиторию (например: «Здесь собралась действительно достойные люди»);

- не следует противопоставлять одну группу слушателей другой (например: «Те, кто согласны со мной, уже понимают, что...»);

- не следует предвосхищать оценок аудитории (например: «Может быть, кому-нибудь кажется, что я запутался...»);

- не следует принуждать слушателей к ответу на прямо поставленные вопросы.

Очень важно расположить материал таким образом, чтобы он работал на главную идею речи, соответствовал намерениям оратора, помогал ему добиться своей цели. Причем выполнить свою задачу оратор должен наиболее простым, рациональным способом, с минимальной затратой усилий, времени, речевых средств. Этого требует еще один принцип построения публичной речи, названный в методической литературе **принципом экономии**.

Продумывая структуру главной части речи, выступающий должен определить, каким методом он будет излагать материал, какие доводы

возьмет для доказательства выдвинутого положения, какие ораторские приемы использует с целью привлечения внимания слушателей.

Задача оратора – умело расположить все эти компоненты, чтобы своим выступлением оказать желаемое воздействие на аудиторию.

Структура выступления зависит прежде всего от **метода преподнесения материала**. Эти методы сформировались на базе многовековой ораторской практики, описаны в различных риторических пособиях, активно используются современными ораторами.

**Индуктивный метод** – изложение материала от частного к общему. Выступающий начинает речь с частного случая, а затем подводит слушателей к обобщениям и выводам. Индуктивный метод изложения предполагал перемещение в структуре речевого целого от частного к общему.

Метод этот определялся в риторике (и философии) как метод предвосхищения основания – *petitito principle* то есть как метод, в соответствии с которым за серией частных случаев (или, по крайней мере, одним частным случаем) обнаруживается некая регулярность, закономерность.

Изложение, ведущееся в соответствии с методом индукции, должно было отвечать прежде всего требованию репрезентативности (представительности) частного случая, на основе которого делается общий вывод. Причем о репрезентативности частного случая судят по частоте его воспроизводимости. Этот метод часто используется в агитационных выступлениях.

**Дедуктивный метод** – изложение материала от общего к частному. Оратор в начале речи выдвигает какие-то положения, а потом разъясняет их смысл на конкретных примерах, фактах. В риторике (и философии) данный метод определялся как метод поиска подтверждений высказанному ранее обобщению. В основе этого метода лежит осознание того, что наблюдаемые человечеством регулярности, закономерности в принципе контролируемы (проверяемы эмпирически). Иными словами, говорящий несет ответственность за формулируемые им положения и, в случае необходимости, готов указать на серию случаев (или, по крайней мере, на один случай), подтверждающую корректность вынесенного на обсуждение общего суждения.

Преимущества дедуктивного метода оценивались в том отношении, что общее положение не только задавало однозначное направление взгляда на следующие в дальнейшем факты, но и определенным образом «настраивало» слушателей видеть факты глазами говорящего. Кроме того, работа дедуктивным методом предполагала работу открытой коммуникативной стратегией: говорящий с самого начала ставил слушателей в известность о том, «куда он клонит», или, точнее/куда он «намерен клонить».

**Метод аналогии** – сопоставление различных явлений, событий, фактов. Обычно параллель проводится с тем, что хорошо известно слушателям. Это способствует лучшему пониманию излагаемого материала, помогает восприятию основных идей, усиливает эмоциональное воздействие на аудиторию. Данный метод получил широкое распространение в риторике как один из чрезвычайно активных методов изложения, прежде всего в силу наглядности добываемых этим методом результатов. Понятно, что неизвестное проще всего объяснить через сравнение с известным. Аналогия, как бы сильно она ни хромала, способна порой больше сообщить об объекте, чем самое длинное его описание.

Происходит это потому, что хорошая аналогия обычно фиксирует действительно существенный признак объекта. Аналогия, фиксирующая случайный признак, фактически саморазрушительна: такая аналогия изначально не воспринимается как аналогия, провоцируя, в частности, вопрос о том, зачем вообще сравниваются, например, объект А и объект В.

Отсюда и одно из двух главных требований, предъявлявшихся к аналогическому методу. Им следовало пользоваться в том случае, если говорящий действительно располагал аналогией, для которой имелись основания. Вторым требованием было требование «не сравнивать с неизвестным».

**Концентрический метод** – расположение материала вокруг главной проблемы, поднимаемой оратором. Структура такого сообщения напоминает серию кругов, сходящихся к общему центру. Центр этот фактически и «управляет» композицией в целом.

Изложение, осуществляемое в соответствии с концентрическим методом, есть практика постоянного возврата к проблеме, всякий раз на



новом ее «витке». Особый «шик» заключается в том, чтобы «на глазах у изумленной публики» превратить, например, мелкомасштабную, на первый взгляд, проблему в проблему глобального значения, постепенно подключая к ней все новые и новые существенные аспекты и дополняя изложение все новыми и новыми подробностями.

**Ступенчатый метод** – последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев какую-либо проблему, оратор уже больше не возвращается к ней.

**Исторический метод** – изложение материала в хронологической последовательности»; описание и анализ изменений, которые произошли в том или ином лице, предмете с течением времени. Преимущества этого метода состоят в том, что он весьма «практичен», то есть одинаково удобен как для говорящего, так и для слушающего. Говорящему, что называется, не приходится особенно «мудрить»: фактически единственное, что от него требуется, – это «не мешать» событию следовать своим курсом, то есть излагать факты в соответствии с известной в риторике формулой высококочтимого в древности, но, к сожалению, почти забытого ныне ритора Като «*rem tene, verba sequentur*» – «держись дела (темы) – слова придут сами» (формула эта вполне может претендовать на то, чтобы считаться формулой релевантности).

Но каким бы методом ни пользовался оратор в выступлении, его речь должна быть доказательной, суждения и положения убедительными.

Оратору необходимо не только убедить в чем-то аудиторию, но и соответствующим образом повлиять на нее, вызвать ответную реакцию, желание действовать в определенном направлении. Поэтому при работе над композицией следует продумать систему логических и психологических доводов, используемых для подтверждения выдвинутых положений и воздействия на аудиторию.

**3) Заключение.** Концовка речи действительно является ее самым стратегически важным элементом. Народная мудрость утверждает: «Конец венчает дело». Убедительное и яркое заключение запоминается слушателям, оставляет хорошее впечатление о речи. Напротив, неудачное заключение губит порой неплохую речь. То, что сказано в конце, слушатели, скорее всего, будут дольше помнить. Нельзя заключать выступление словами: «Вот приблизительно все, что я хотел сказать по

этому вопросу. Так что, пожалуй, я на этом закончу». Заканчивайте, но не говорите о том, что Вы заканчиваете.

Возможные концовки речи:

- резюмировать, вновь повторить и изложить кратко основные положения, которые Вы затрагивали в своем выступлении;

- призвать к действию;

- сделать слушателям комплимент;

- вызвать смех («Если сможете, оставьте аудиторию смеющейся», – советовал Д. Карнеги);

- процитировать подходящие поэтические строки;

- выразить благодарность за внимание;

- напомнить крылатое изречение, поговорку, народную мудрость.

Заключение, как и вступление, нужно и для создания эмоционального фона – например, для последующих встреч с аудиторией. Кроме того, хорошее заключение может подтолкнуть людей принять нужное вам решение. Ведь чаще всего аудитория принимает решение не в процессе выступления, а после него, поэтому положительный эмоциональный фон очень важен. Закончить речь можно комплиментом или приемом «свой – чужой»: «Я рад, что мы с вами пришли к общему мнению». Оратор не знает, к какому мнению пришла аудитория. Он так фантазирует. Но фантазирует удачно. Или описать свои чувства: «Когда я шел на эту встречу, я боялся, что мы не сможем понять друг друга».

**Не рекомендуется** заканчивать выступление шуткой, не относящейся к теме. Это вызовет у аудитории недоумение, и эффект от всего выступления исчезнет. Не следует извиняться: «Я понимаю, мне не удалось всё охватить. Я вижу, несколько утомил Вас» и др. Нельзя обрывать речь без заключения и уходить. Нельзя оставлять аудиторию в настроении безнадёжности в связи с нарисованными мрачными картинками. Надо дать слушателям перспективу, наметить выход из положения. Завершать выступление надо только на оптимистической ноте. Не рекомендуется завершать выступление фразой типа «Вот и всё, что я хотел сказать». Лучше заканчивать фразой, относящейся к содержанию или благодарностью за внимание.

Последние слова оратора должны мобилизовать слушателей, воодушевлять их, призывать к активной деятельности.

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

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

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

К недостаткам композиции относится и шаблонное, трафаретное построение речи.

Не существует универсальных правил построения публичного выступления. Композиция будет меняться в зависимости от темы, цели и задач, стоящих перед оратором, от состава слушателей. Следует помнить, что интересные, захватывающие речи – это прежде всего результат тщательно продуманного плана, удачного построения речи.

Речь, произнесенная по всем правилам, более привлекательна, чем та же самая речь, но написанная на бумаге, потому что на бумаге можно отразить только слова и невозможно передать всю радугой элементов живой речи.

### **Контрольные вопросы**

- 1 Каковы основные составляющие ораторского успеха.
- 2 Назовите основные навыки оратора.
- 3 Назовите основные умения оратора.
- 4 Назовите возможные причины страха или неуверенности оратора.
- 5 Как преодолеть неуверенность в себе?
- 6 Чем определяется методика подготовки выступления?

- 7 Охарактеризуйте основные этапы подготовки к выступлению.
- 8 Каковы основные составляющие композиции речи?
- 9 Каковы функции введения и заключения к речи.
- 10 Какими приёмами построения введения и заключения можно воспользоваться?
- 11 Назовите основные методы изложения материала в главной части.
- 12 Назовите основные возможные недостатки композиции.

## **ТЕМА 3. ИСКУССТВО УБЕЖДАТЬ**

### **3.1 Контакт с аудиторией**

Самое высшее проявление мастерства публичного выступления, важнейшее условие эффективности ораторской речи – это контакт со слушателями. Если оратора не слушают, если аудитория во время речи занимается «своими» делами, то усилия и труды выступающего пропадают даром, действенность такого выступления сводится к нулю.

По определению психологов, **контакт** – это общность психического состояния оратора и аудитории, это взаимопонимание между выступающим и слушателями.

В результате чего возникает эта общность? Прежде всего, на основе совместной мыслительной деятельности, т. е. оратор и слушатели должны решать одни и те же проблемы, обсуждать одинаковые вопросы – оратор, излагая тему своего выступления, а слушатели, следя за развитием его мысли. Если оратор говорит об одном, а слушатели думают о другом, контакта нет. Совместную мыслительную деятельность оратора и аудитории ученые называют интеллектуальным сопереживанием.

Не случайно в народе говорят: «Слово принадлежит наполовину тому, кто говорит, и наполовину тому, кто слушает».

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

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

Психологи подчеркивают, что необходимым условием возникновения контакта между оратором и аудиторией является искреннее, настоящее уважение к слушателям, признание в них партнеров, товарищей по общению. Важную роль играет сам нравственный облик оратора. Можно утверждать, что **действенность речи оратора прямо пропорциональна его добродетельности и авторитету**. Хорошо известны слова Квинтилиана: «Хочешь быть хорошим оратором – стань сначала хорошим человеком». При произнесении речи, кроме идей и слов оратор предъявляет и себя. И если ему удалось слукавить на предыдущих этапах подготовки речи, то здесь, перед слушателями, ему уже никуда не укрыться, и истинный настрой обязательно проявится через выражение лица, жесты, интонации. А слушатели соответствующим образом обязательно отреагируют на это.

Внешне контакт проявляется в поведении аудитории, а также в поведении самого оратора.

Нередко во время выступления оратора в зале царит тишина. Но как различна бывает эта тишина! Одних ораторов слушают, затаив дыхание, боясь пропустить хоть одно слово. Эта тишина регулируется самим оратором. Шутки выступающего, его юмористические замечания вызывают движение в зале, улыбки, смех слушателей, но этот смех прекращается сразу же, как только оратор вновь начнет излагать свои мысли.

Во время выступления других ораторов тоже сидят молча, но не потому, что ловят каждое его слово, а потому, что не хотят мешать выступающему. Это так называемая «вежливая» тишина. Сидеть-то сидят, не нарушая порядка, не разговаривая, но не слушают, не работают вместе с оратором, а думают о своем, мысленно занимаются другими делами. Поэтому сама по себе тишина еще не говорит о контакте оратора с аудиторией.

Главные показатели взаимопонимания между говорящими и слушающими – положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд,

возгласы одобрения, согласные кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), «рабочая» тишина в зале.

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

Следует иметь в виду, что оратору порой удастся установить контакт только с частью слушателей, а не со всей аудиторией. Можно сказать, что контакт – это величина переменная. Он может быть полным и неполным, устойчивым и неустойчивым, изменяться в процессе выступления оратора. Конечно, каждый выступающий должен стремиться установить со своими слушателями полный контакт, устойчивый от начала до конца речи. А для этого необходимо учитывать целый ряд факторов.

Факторы, влияющие на установление контакта оратора со слушателями:

- актуальность обсуждаемого вопроса;
- новизна в освещении данной проблемы;
- интересное содержание выступления;
- имидж оратора;
- учет особенностей аудитории.

Чтобы установить контакт со слушателями, важно учитывать особенности аудитории, в которой предстоит выступить. Прежде всего важно знать, однородна или неоднородна аудитория.

По каким же признакам можно судить об однородности аудитории? К ним относятся такие характеристики слушателей, как возраст, пол, национальность, уровень образования, профессиональные интересы, настроение и т. п. Понятно, чем однороднее аудитория, тем единодушнее реакция слушателей на выступление, тем легче выступать. И наоборот, разнородная аудитория обычно неодинаково реагирует на слова оратора, и ему приходится прилагать дополнительные усилия, чтобы управлять своими слушателями.

Существенный признак аудитории – количественный состав слушателей. Если вам приходилось выступать на собрании или на

конференции, то вы вспомните, что приемы, используемые в той и другой аудитории, манера поведения, форма преподнесения материала, обращение к малочисленной и многочисленной аудитории были различными.

Для аудитории характерно и чувство общности, которое проявляется в эмоциональном настрое слушателей.

На установление контакта между оратором и аудиторией влияют и некоторые особенности психологии слушателей. Слушатели предъявляют оратору особые требования: они предоставили ему в процессе общения главную роль и хотят, чтобы он оправдал ее. Поэтому важно, чтобы слушатели почувствовали уверенность в поведении оратора, увидели спокойствие и достоинство на его лице, услышали твердость и решительность в голосе.

Особенностью психологии аудитории является и то, что слушатели – это одновременно и зрители. На их поведение и отношение к оратору значительное влияние оказывает и внешний его вид.

Установление контакта, овладение вниманием аудитории обеспечивает успех публичного выступления, является необходимым условием для передачи информации, оказания желаемого воздействия на слушателей, закрепления у них определенных знаний и убеждений, умение оратора привлечь и удержать внимание слушателей.

Как бы ни интересна была лекция, внимание слушателя со временем притупляется и человек перестает воспринимать речь. В этом каждый мог убедиться на собственном опыте. Борьба с утомлением внимания – важная задача, о которой не должен забывать оратор, продумывая структуру своей речи. Поэтому выступающему необходимо знать ораторские приемы поддержания внимания у слушателей и заранее планировать их при работе над композицией публичного выступления. Составляя свою речь, оратору следует определить, какой прием использовать в том или ином месте.

Определим **приемы привлечения внимания** слушателей. Прежде чем начать говорить, необходимо сделать паузу продолжительностью 5 – 7 минут и внимательно посмотреть на слушателей. Пауза позволяет слушателям настроиться на выступление. Это может быть и прямое требование внимания от слушателей, обращение к слушателям с неожиданным вопросом. Для привлечения внимания аудитории можно прервать речь. Одним из интересных ораторских приемов является так

называемая тайна занимательности. Для того, чтобы заинтересовать и заинтриговать слушателей, предмет речи сразу не называется.

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

Оживляют выступление и привлекают внимание примеры из художественной литературы, пословицы, поговорки, фразеологические выражения.

Эффективным инструментом оратора для усиления восприятия речи является во время и к месту рассказанная шутка. Она хорошо снимает усталость у слушателей, даёт импульс для дальнейшей работы, создаёт в аудитории хорошее настроение. Применяя шутку, желательно руководствоваться следующими правилами:

- репетировать шутку, чтобы хорошо запомнить её;
- говорить шутку с самым серьёзным видом, чтобы контраст между её формой и содержанием был вашим союзником;
- сделать небольшую паузу перед тем, как произнести ключевые слова шутки, чтобы драматизировать её, и паузу после её произнесения;
- придерживайтесь пяти «не»:
  - а) не анонсируйте шутку, так как потеряется элемент внезапности.
  - б) не зачитываете её;
  - в) не объясняйте существо шутки и не извиняйтесь за неё;
  - г) не используйте непринятую терминологию, жаргон и не рассказывайте сомнительные истории;
  - д) не расстраивайтесь, если не услышите смеха, возможно, слушатели всё же получили удовольствие от вашей шутки, а это и было вашей целью.

Но решающим фактором привлечения и удержания внимания слушателей всё же является убедительность выступления оратора, его способность доказать то, с чем он пришел к ним.



Ни один оратор, как бы тщательно он ни готовился к выступлению, не застрахован от **неожиданных ситуаций** в процессе выступления. Как можно поступить, если:

- **оратор потерял нить повествования** (прежде всего сохранять спокойствие: такое может случиться с каждым; повторить последнюю высказанную мысль – сначала дословно, а потом, если это возможно, другими словами и в ней попытаться найти нить повествования);

- **оратор случайно оговорился** (постараться быстро определить – меняется ли от этого смысл выступления; малозначительные оговорки исправлять нет необходимости; если же из-за оговорки искажается смысл необходимо сразу же поправиться; большинство слушателей будут снисходительны, такой ляпсус может случиться с каждым);

- **при рассмотрении темы упущен какой-то важный момент** (если он важен – изложить его в качестве дополнения к разделу, если же этот вопрос можно и не рассматривать (о чем свидетельствует реакция аудитории) – отказаться от комментариев и не извиняться);

- **выйдет из строя освещение в зале и отключился микрофон** (не переходите на крик, объявите перерыв, обратитесь к организаторам встречи);

- **слушатели переговариваются друг с другом** (не следует горячиться, надо воспользоваться коммуникативными приёмами привлечения внимания слушателей);

- **слушатели прерывают повествование в виде реплик с места** (если содержание реплики несущественно – сделайте вид, что она не услышана; если содержание реплики кажется существенным, включите свой ответ в повествование).

Основная задача выступающего – быть убедительным и доказательным.

### 3.2 Доказательство

Доказательство основывается на законах логики: законе тождества, законе противоречия, законе исключенного третьего и законе достаточного основания. Логические законы имеют самостоятельное значение и действуют независимо от воли и желания людей в любом процессе

познания. В них зафиксирован многовековой опыт общественно-производственной деятельности людей

Законы логики отражают закономерные процессы и явления объективного мира. Законы формальной логики призваны были как помогать строить доказательство, так и контролировать уровень его корректности с точки зрения отработавшихся веками принципов речевого поведения. В чем же суть этих законов?

Первый закон логики – **закон тождества** – формулируется следующим образом: «Каждая мысль в процессе данного рассуждения должна иметь одно и то же определенное, устойчивое содержание». Это значит, что во время рассуждения нельзя подменять один предмет мысли другим.

Это вовсе не означает, что предмет, событие, явление нельзя характеризовать всесторонне, описывать разные его качества, например, в одном выступлении говорить о качестве работы, о достоинствах сотрудника и т. п.

Но в каждом конкретном рассуждении предмет мысли должен оставаться неизменным. Закон тождества требует в любом рассуждении определенности мысли. Он направлен против расплывчатости, беспредметности суждений.

Следующий закон логики называется **законом противоречия** и звучит так: «Две противоположные мысли об одном и том же предмете, взятом в одно и то же время и в одном и том же отношении, не могут быть одновременно истинными». Закон противоречия в классической, аристотелевской, формулировке, предложенной в его труде «Метафизика» как формулировка главного логического принципа, выглядит следующим образом: «Невозможно, чтобы одно и то же вместе было и не было присуще одному и тому же и в одном и том же смысле». Говоря более современным языком, суждение и отрицание этого суждения не могут быть одновременно истинными в силу возникающего между ними противоречия (*contradictio*).

Данный закон предохраняет говорящего и слушающего от «тупиковых» ситуаций, когда по поводу одного и того же предмета высказываются два прямо противоположных суждения (имеются в виду риторически безысходные случаи типа «речка движется и не движется»),

«песня слышится и не слышится» – впрочем, это одна и та же ситуация!).

По дошедшим до нас сведениям, впервые этот закон был сформулирован Аристотелем. Закон противоречия он считал основным принципом мышления. Правильное умозаключение, подчеркивал великий мыслитель, должно быть свободно прежде всего от противоречия самому себе. В своей работе «Метафизика» древнегреческий философ писал, что невозможно, чтобы «одно и то же вместе было и не было присуще одному и тому же и в одном и том же смысле».

Закон противоречия запрещает считать одновременно истинными два противоречивых высказывания только при определенных условиях. Какие же это условия? Прежде всего, речь должна идти об одном и том же предмете. Высказывание должно относиться к одному и тому же времени. И, наконец, в утверждении и в отрицании предмет должен рассматриваться в одном и том же отношении.

Закон противоречия не отрицает реальных противоречий, существующих в объективной действительности и в нашем сознании. Поэтому очень важно уметь различать два рода противоречий: противоречие в природе и обществе и противоречие в рассуждениях. Первое противоречие служит внутренним источником развития предметов и явлений объективного мира. Логическое противоречие – следствие нарушения норм правильного мышления. Формальная логика, не отрицая реальных противоречий, требует, чтобы и о противоречивых явлениях мыслили непротиворечиво, логически правильно.

Знание закона противоречия помогает нам быть последовательными в мышлении, в изложении своей точки зрения, позволяет избежать двусмысленности, логической противоречивости при анализе фактов, событий, явлений, при оценке процессов, происходящих в общественной жизни.

Логическое противоречие недопустимо в деловом споре. Полемист должен последовательно отстаивать высказанную точку зрения. Вряд ли может вызвать доверие у слушателей выступающий, который высказывает противоположные мнения по одному и тому же вопросу. Ведь трудно разобраться, какого из предложенных мнений действительно придерживается автор.

Игры на противоречиях хорошо известны истории риторики – еще со

времен софистики, которая на протяжении 5 в. до н. э. превратилась из «науки мудрых» (от греч. sofos – мудрый) в «науку ловких». В основу речевой ловкости был положен провозглашенный «старшим» софистом Протагором принцип «человек есть мера всех вещей» (homo mensura omnium rerum), злоупотребляя которым, «младшие софисты» объявили все истины и ценности относительными и при обучении молодых людей стремились фактически лишь к тому, чтобы натаскать их ловко защищать любую – как разделяемую, так и не разделяемую ими – точку зрения, для чего в принципе годились любые средства.

Особенно широко предлагалось пользоваться «гибкостью понятий», то есть их многозначностью строя на этом искусственные противоречия и снимая естественные. Вот пример из дошедшего до нас в цитатах сочинения «Двоякие речи» (автор неизвестен): «Болезнь есть зло для больных, для врачей же благо. Смерть есть зло для умирающих, а для продавцов вещей, нужных для похорон, и для могильщиков – благо». Хорошо известен также древний софизм под названием «Рогатый»:

*То, что ты не потерял, – ты имеешь.*

*Ты не потерял рога (следовательно)*

*Ты имеешь рога*

Таким образом, закон противоречия (как, впрочем, и другие логические законы) дает благоприятную почву для разного рода логических злоупотреблений и логических игр, которые тем не менее, как правило, довольно легко бывает распознать.

Против непоследовательности, противоречивости наших рассуждений направлен и **закон исключенного третьего**. Формулировка этого закона такова: «Из двух противоречащих высказываний в одно и то же время и в одном и том же отношении одно непременно истинно».

Этот закон, как и предыдущие, был сформулирован Аристотелем. «Равным образом не может быть ничего промежуточного между двумя членами противоречия, а относительно чего-то одного необходимо, что бы то ни было, одно либо утверждать, либо отрицать».

Как видно из определения, этот закон распространяется только на определенную группу суждений – противоречащих. В логике противоречащими называются такие два суждения, в одном из которых что-либо утверждается о предмете, а в другом то же самое об этом же

предмете отрицается, поэтому они не могут быть оба истинными или оба ложными. Приведем простой пример противоречащих суждений: «это школа» – «это не школа». Одно суждение что-то утверждает, другое – отрицает, третьего суждения между ними нет. И естественно, по отношению к какому-то предмету одно из этих суждений истинно, другое ложно

Правильное мышление должно быть не только определенным, последовательным и непротиворечивым, но также и доказательным, обоснованным. Этого требует **закон достаточного основания**, который гласит: «**Всякая правильная мысль должна быть обоснована другими мыслями, истинность которых доказана**». Этот закон был сформулирован выдающимся немецким мыслителем Лейбницем. Он выразил его в виде следующего принципа: «**Все существующее имеет достаточное основание для своего существования**».

Закон достаточного основания гарантирует от беспочвенных суждений, то есть фактически от злоупотребления языком, в частности исключает с его помощью высказывать любое утверждение. Закон обязывает говорящего к тому, чтобы суждения его базировались на некоем фундаменте и чтобы фундамент этот был надежным.

Главные вопросы, возникающие в связи с законом достаточного основания, есть, разумеется, вопросы о том, что считать основанием и что считать достаточным основанием. Среди достаточных оснований обычно называют: во-первых, уже твердо обоснованные в истории человечества суждения типа аксиом, теорем, законов, принципов, постулатов, максим и др.; во-вторых, суждения удостоверенные (засвидетельствованные) данными непосредственного человеческого опыта (типа: солнце всходит на востоке, а заходит на западе, в сутках двадцать четыре часа; клюква растет на болоте и проч.); в-третьих, собственные суждения, ранее уже доказанные самостоятельно или выведенные из истинности других положений (типа корректных рассуждений-силлогизмов и проч.).

Закон достаточного основания отражает важнейшую особенность окружающего нас мира. В природе и обществе все взаимосвязано и взаимообусловлено. Ни одно явление не может произойти, если оно не подготовлено предшествующим материальным развитием. Более 200 лет назад М. В. Ломоносов в одной из своих работ подчеркивал: «Ничто не

происходит без достаточного основания». А раз в мире нет беспричинных явлений, то и наше мышление может что-либо утверждать или отрицать о предметах и явлениях объективной действительности только в том случае, если эти утверждения или отрицания обоснованы.

Закон достаточного основания не допускает голословности утверждений и выводов, требует убедительного подтверждения истинности наших мыслей.

Знание и сознательное применение законов логики дисциплинирует мышление, повышает его культуру, позволяет сделать выступление более аргументированным и эффективным, помогает избегать логических ошибок в процессе доказательства истинности обсуждаемого положения и в ходе опровержения ложных утверждений.

Что представляет собой доказательство как логическая операция? Для ответа на этот вопрос рассмотрим структуру доказательства. Общеизвестно, что слово «аргументация» переводится с греческого как доказательство. Однако не для всех очевидно, что доказательство представляет собой не единичную акцию, а сложный процесс, при осуществлении которого ориентируются на вполне определенную, подробно разработанную в риторике, логическую операцию, представляющую собой комбинирование суждений (умозаключений)-элементов доказательства.

Всякое логическое доказательство включает три взаимосвязанных элемента: **тезис** (мысль или положение, истинность которого требуется доказать), **аргументы**, или основания, доводы (положения, с помощью которых обосновывается тезис), **демонстрация, или форма, способ доказательства** (логическое рассуждение, совокупность умозаключений, которые применяются при выведении тезиса из аргументов).

При построении логического доказательства необходимо знать и соблюдать правила выдвижения тезиса и аргументов. Следует иметь в виду, что тезис нужно четко сформулировать, он должен оставаться неизменным в ходе данного доказательства и не содержать в себе логического противоречия. Высказать тезис уже означает взять на себя обязательство привести некоторые доводы в пользу его истинности. Вот почему произносящий тезис должен фактически быть в состоянии осуществить процедуру доказательства в целом. Ясно, что «осуществить»

и «быть в состоянии осуществить» не одно и то же. Подавляющее большинство порождаемых нами тезисов, будучи таковыми, отнюдь не нуждаются всякий раз в подкреплении их доказательствами – иначе процесс речевого взаимодействия был бы вообще невозможен. Аргумент – инструмент процесса аргументации – определяется как релятивная речевая единица, то есть речевая единица, значимая не сама по себе, но по отношению к другой речевой единице, а именно к тезису. Аргумент (аргументы) как раз и представляет собой довод (комплекс доводов), являющийся обоснованием тезиса. В качестве аргументов нужно использовать истинные положения, причем их истинность доказывается независимо от тезиса.

Аргументы являются именно тем, на что говорящему в процессе доказательства и предлагалось направить свою энергию для того, чтобы обеспечить тезис необходимой силой убедительности. При этом годились как прямые, так и не прямые, или косвенные, аргументы, в роли которых могли выступать суждения, сделанные на основе анализа «предмета», релевантные примеры ссылки на «принятые», генеральные, точки зрения (постулаты, аксиомы, принципы) или на собственное мнение.

При нарушении этих правил в доказательстве возникают различные **логические ошибки**. Так, наиболее распространенной ошибкой, совершаемой относительно доказываемого тезиса, считается **«подмена тезиса»**. Суть ее заключается в том, что доказывается или опровергается не тот тезис, который был выдвинут первоначально. Эта ошибка может быть произвольной, неумышленной. Полемист не замечает, как он с одного тезиса переходит на другой. Однако в споре нередко приходится сталкиваться с намеренным искажением тезиса, с приписыванием ему другого смысла, сужением или расширением его содержания.

К «подмене тезиса» прибегают, чтобы поставить противника в неловкое положение, обеспечить себе победу в споре.

Когда в качестве аргумента берется недоказанное положение, совершается ошибка **«предвосхищение основания»**. Это положение не является заведомо ложным, но оно само нуждается в доказательстве, которое должно показать его истинность.

Следует опасаться ошибки, получившей название «**порочный круг**» или «круг в доказательстве». Она состоит в том, что тезис обосновывается аргументами, а аргументы выводятся из этого же тезиса.

Логические ошибки бывают непреднамеренными и намеренными. Ошибки первого рода чаще всего возникают из-за отсутствия у человека логической культуры, вследствие излишней горячности, эмоциональности во время обсуждения и т. п. Намеренные ошибки – это сознательно допускаемые ошибки, это логические уловки, умышленно ошибочные рассуждения, которые выдаются за истинные. Такого рода ошибки называют **софизмами** (греч. *sophisma* – измышление, хитрость). Известны они были еще в далекой античности, многие из них описаны Аристотелем в работе «О софистических опровержениях». Цель их – сделать противника уязвимым, привести его в наибольшее затруднение.

Следует иметь в виду, что одни логические ошибки распознать легче, другие труднее. Одни ясны каждому, другие остаются незамеченными даже самыми опытными людьми.

### **3.3 Правила и тактика убеждения**

Изучим практические **правила убеждения**, способствующие его эффективности.

**1) Правило Гомера.** Очерёдность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: сильные – средние – один самый сильный.

**2) Правило Сократа.** Для получения положительного решения по очень важному для вас вопросу, поставьте этот вопрос на третье место, предпослав ему два коротких, простых для собеседника вопроса, по которым он без затруднения скажет «да».

**3) Правило Паскаля.** Не загоняйте собеседника в угол. Дайте ему возможность сохранить «своё лицо», сохранить достоинство.

**4) Убедительность аргументов в значительной степени зависит от имиджа и статуса убеждающего.** Высокое должностное или социальное положение, компетентность, авторитетность, поддержка коллектива повышают статус человека и степень убедительности его аргументов.



**5) Не загоняйте себя в угол.** Не понижайте свой статус проявлением признаков неуверенности, излишних извинений (фразы: «Извините, если я помешал.» снижают статус).

**6) Не принижайте статус и имидж собеседника.** Любое проявление неуважения, пренебрежения к собеседнику вызывает негативную реакцию.

**7) Создавайте атмосферу доверия, стремитесь быть обаятельным собеседником.** Приятное впечатление создаётся многими факторами: уважительным отношением, умением выслушать, приятными манерами и т. д.

**8) Желая переубедить собеседника, начинайте не с того, что вас разъединяет, а с чем вы согласны.**

**9) Проявляйте эмпатию.** Постарайтесь понять эмоциональное состояние другого человека, поставить себя на его место, сопереживать ему.

**10) Будьте хорошим слушателем.** Чтобы понять ход мыслей собеседника, будьте терпеливы и не перебивайте его.

**11) Избегайте конфликтогенов.** Избегайте слов и жестов, могущих привести к конфликту.

**12) Проверяете, правильно ли вы понимаете друг друга.**

**13) Следите за мимикой, жестами и позами – своими и собеседника.**

**14) Покажите, что предлагаемое вами удовлетворяет какую – то из потребностей собеседника.**

Применять эти правила необходимо как можно чаще. Противопоказание в применении правил – механическое, бездумное их использование.

В зависимости от **типа собеседника** необходимо выбирать различную тактику убеждения. Типы собеседников могут быть:

- **«вздорный человек» (нигилист)** – в ходе разговора он нетерпелив, несдержан и возбужден, часто выходит за профессиональные рамки беседы; по отношению к нему следует всегда оставаться хладнокровным и компетентным, по возможности формулировать решения его словами, выяснить причины его негативной позиции, попытаться привлечь на свою сторону; в экстремальных случаях можно приостановить разговор, подождать, когда «вздорный человек» остынет;

- **«позитивный человек»** может сам оказать поддержку и помощь в трудных, спорных вопросах и ситуациях;

- **«всезнайка»** обо всем имеет свое мнение, всегда требует слова, считает свои знания единственно верными; надо во время разговора напоминать ему, что другие тоже хотят высказаться, задавать ему сложные специальные «учительские» вопросы; «всезнайка» успешно может формулировать промежуточные заключения;

- **«болтун»** часто бестактно и без всякой видимой причины прерывает ход беседы, не обращая внимания на бесполезно потраченное время; следует тактично остановить «болтуна», если он начинает отклоняться от темы;

- **«трусика»** не уверен в себе, он охотно промолчит, боясь сказать что-нибудь такое, что, по его мнению, может выглядеть глупо; «трусике» надо помогать формулировать мысли, задавать несложные информативные вопросы, обращаться к нему с предложением пояснить свое замечание;

- **«хладнокровный»** (неприступный) собеседник замкнут, часто чувствует себя вне темы и ситуации общения, незаинтересованный; любым способом необходимо выяснить причины такого его поведения, увлечь информацией;

- **«незаинтересованный»** человек вообще не склонен рассматривать данную проблему; надо задавать ему вопросы информативного характера, придать диалогу привлекательную форму, учесть его интересы;

- **«важная птица»** не выносит критики, обладает большим самомнением; этому собеседнику нельзя позволять разыгрывать роль гостя, в диалоге с ним лучше использовать метод «да – но»;

- **«почемучка»** задает много вопросов, независимо от того, имеют ли они реальную основу или надуманны; отвечать на его вопросы надо сразу или признать его правоту, или переадресовывать вопросы ему самому.

Не все люди поддаются убеждению. Практически не поддаются убеждению:

- люди с ограниченной фантазией;
- внутренне ориентированные личности, для которых собственные переживания значат больше, чем переживания других;
- неконтактные люди;
- люди с явно выраженной агрессивностью или потребностью во

власти;

- лица, проявляющие открытую враждебность к тем, кто придерживается иной точке зрения;

- индивиды с параноидальными тенденциями и криминальные психопаты.

Среди слушателей или собеседников могут встретиться:

- **дилетант** (разыгрывает роль бестолкового человека заявляя «я этого не понимаю») – вернитесь к рассмотренному вопросу позже, сославшись на то, что он скоро всё поймёт сам;

- **начетчик** (оперирует мнением великих, цитирует их, при этом вполне возможно, что искажает) – к встрече с ним надо быть готовым и яркие цитаты к теме уточнять заранее;

- **прерыватель** (изводит репликами «мы это уже слышали») – лучше сделать паузу и спросить «можно ли продолжать»;

- **широкая натура** (заявляет, что надо шире, глобальнее подходить к вопросу) – уточнить у него, что он конкретно может предложить;

- **переходит на личность** – спросить, что он скажет по существу вопроса;

- **трескучий** (сыплет высокопарными фразами) – применить метод «да – но».

Возможно искусственное усиление доводов. Рассмотрим эти **технические методы убеждения**:

- **фундаментальный** (прямое обращение к собеседнику посредством ознакомления его с фактами; большую роль при этом играют цифровые данные, которые выглядят очень убедительно);

- метод сравнения (если сравнение подобрано удачно, это придаёт убеждению яркость и силу внушения);

- метод «да – но» (надо спокойно согласиться с партнёром, а потом начать характеризовать предмет обсуждения с прямо противоположной стороны);

- метод кусков (предполагает расчленение возможных спорных положений на отдельные куски и, не касаясь сильных аргументов партнёра, сосредоточиться на слабых местах);

- метод «бумеранга» (позволяет использовать «оружие» партнёра против него самого);

- метод игнорирования (если факт, изложенный партнёром или слушателем нельзя сразу опровергнуть, его можно с успехом проигнорировать);

- метод кажущейся поддержки (выслушав аргументы оппонента, не возражаем, даже приходим на помощь, приводя новые доказательства в его пользу, но только для видимости, а затем следует контрудар);

- метод опроса (его сущность в том, что вопросы задаются заранее; ряд правильно подобранных вопросов может быть особым видом аргументации);

- метод сдвига (предполагается сдвинуть на первый план то, что устраивает и что больше требуется для убеждения слушателя).

**Соблюдают следующие правила поведения при доказательстве:**

- не доказывайте очевидного;
- если нашли яркое доказательство – не торопитесь выкладывать его без подготовки;
- отбросьте посредственные и ненадёжные доводы;
- сделайте так, чтобы слушатель сам мог сделать вывод;
- не бойтесь согласиться с оппонентом;
- если все аргументы сильные – их лучше приводить порознь, если слабые – собирайте в одну горсть;
- подкрепляйте одно доказательство другим;
- не пытайтесь объяснить то, что сами не вполне понимаете;
- не усложняйте доказательство;
- не допускайте противоречия в доводах.

### **Контрольные вопросы**

- 1 Что определяет наличие контакта оратора с аудиторией?
- 2 Какие факторы влияют на установление контакта оратора с аудиторией?
- 3 Какие приёмы привлечения внимания слушателей можно использовать?
- 4 Какие законы логики обеспечивают доказательность выступления?
- 5 Каковы основные правила убеждения?
- 6 Возможные типы собеседников и выбор тактики работы с ними.
- 7 Кто не поддаётся убеждению?

8 Правила поведения оратора при доказательстве?

9 Как защититься от некорректных собеседников?

10 Назовите искусственные технические методы усиления убеждения.

11 Каких правил поведения при убеждении желательно придерживаться?

## ТЕМА 4 СЕКРЕТЫ ИМИДЖА ОРАТОРА

### 4.1 Внешний вид оратора

**Имидж** – слово английское, в переводе означает «образ, изображение, впечатление». Но имидж – не просто образ, это образ, который человек для себя специально выбирает, создаёт и сознательно поддерживает, используя его для достижения тех или иных целей в жизни. Имидж человека выполняет очень важную **коммуникативную функцию** – он «говорит» окружающим о том, на какой ступени общественной лестницы стоит человек, каков его характер, темперамент, финансовые возможности, отношение к людям и многое другое. Выступающие публично также обычно сознательно культивируют свою манеру поведения в аудитории, свой риторический имидж. Выработав имидж уверенного в себе, решительного человека, избрав имидж оптимиста, можно значительно облегчить себе возможность установления контакта со слушателями. При этом надо разграничивать ситуативную роль и имидж. Ситуативная роль – это особенности общения и поведения человека, которые он избирает для себя только в данной ситуации, чтобы достичь сиюминутной цели. А имидж – это ролевая маска, которая надевается надолго.

Различают три основных слагаемых имиджа: внешний, коммуникативный и поведенческий имидж. Внешний имидж – то, как человек выглядит, коммуникативный – какое впечатление он производит в общении, и поведенческий – то, как он выглядит в совокупности своих поступков. Оратору необходим имидж компетентного, знающего,

убежденного в своей правоте, коммуникабельного и приветливого человека.

Оратор, заинтересованный в успехе выступления, должен внимательно относиться не только к тому, что он говорит, но и к тому, какое впечатление он производит на слушателей своим внешним видом. Оратор только появляется на трибуне, а слушатели уже оценивают его, обмениваются друг с другом критическими замечаниями.

Что же привлекает в ораторе зрительное внимание слушателей?

Конечно, в первую очередь – его внешний вид. Одежда выступающего должна соответствовать характеру обстановки, в которой произносится речь, быть опрятной и аккуратной. Коммуникативную позицию оратора усиливает темная традиционная одежда, добротный материал, контраст темных и светлых тонов.

Не следует одеваться слишком изысканно. Во время выступления не рекомендуется что – либо поправлять в одежде, чтобы не привлекать внимание слушателей к одежде, отвлекая от содержания речи. Особенно важен внешний вид оратора в тех случаях, когда предполагается небольшая по объёму, но важная речь, и у человека нет возможности полностью показать себя в речи. Ведь в этой ситуации говорящий не сможет раскрыть себя обычными для риторики способами, и важно обеспечить благоприятную самоподачу всеми доступными ему средствами. Хорошее впечатление, произведённое на слушателей с первого взгляда, может оказаться важным компонентом успеха. В любом случае, в выборе одежды и внешнего вида нужно руководствоваться соответствием ситуации и потребностями аудитории.

Весомым показателем чувств говорящего является выражение его лица. Мимика оратора стимулирует эмоции аудитории, способна передать гамму переживаний: радость и скорбь, сомнение, иронию, решимость. Выражение лица должно соответствовать характеру речи. У хорошего оратора, как замечал А. Ф. Кони, «лицо говорит вместе с языком». Лицо и весь внешний облик выступающего должны выражать доброжелательное и даже дружественное отношение. Аудитория не любит сердитых или безучастных. По лицу она судит об эмоциональных переживаниях оратора. Нужно помнить, что человеческое лицо ассиметрично, в результате чего его левая и правая стороны находятся под контролем

разных полушарий мозга. Правое полушарие управляет эмоциями, воображением и сенсорной деятельностью. Поскольку работа правого полушария мозга отражается на левой стороне лица, то на ней трудно скрыть чувства. Положительные эмоции отражаются на обеих сторонах лица более или менее равномерно, отрицательные – более отчетливо выражены на левой стороне лица. Однако оба полушария мозга функционируют совместно, поэтому данные различия касаются нюансов выражения. По лицу можно судить об эмоциональных переживаниях человека и читать тончайшие оттенки многих душевных состояний. Арсенал человеческих эмоций, которые отражаются на лице, включает в себя удивление, страх, отвращение, радость и печаль. Для оратора очень важно научиться управлять ими в ходе своего выступления.

Слушателям далеко не безразлично так же, куда смотрит оратор. Нередко можно наблюдать такую картину: делает начальник доклад, выступает на собрании и время от времени посматривает в окно, окидывает взглядом стены, опускает глаза на пол, поднимает их к потолку, рассматривает свои руки, т. е. смотрит куда угодно, только не на слушателей. Некоторые же выступающие взглядом как бы проводят по залу широкую дугу, имитируя зрительный контакт, но при этом не видят никого. А важно увидеть каждого, чтобы каждый участник сохранял полное внимание и был замечен выступающим. Вот почему, прежде, чем начать выступление, необходимо установить зрительный контакт с аудиторией (если этого не сделать, можно не получить никакого другого). Только установив зрительный контакт с каждым из сидящих, можно начинать выступление. Дождитесь, когда не останется ни одной пары глаз, устремленной куда-либо, кроме как на вас.

Важную информацию можно получить, наблюдая и за выражением глаз собеседника, его мимикой и состоянием зрачков.

С помощью глаз мы получаем самые точные и открытые сигналы, поэтому во время делового разговора важно контролировать выражение глаз, встречаться взглядом с коммуникантом не менее 60 – 70% времени контакта. Взгляд рекомендуется направлять на воображаемый треугольник на лбу собеседника и не отпускать ниже его глаз.

В физиологических исследованиях подмечено, что, когда человек доволен, радостно возбужден, его зрачки расширяются в 4 раза по

сравнению с нормальным состоянием, и наоборот. По этому признаку также можно точно узнать реакцию на услышанное.

Но зрительный контакт – это не только способ установить отношения с аудиторией и обеспечить донесение информации, это еще и способ получения информации о том, насколько аудитория поняла сказанное (а может нужно повторить); не утомлена ли аудитория (может нужно сделать перерыв); интересна ли аудитории тема (не пора ли перейти в другим вопросам); интересны ли аудитории мы сами (не пора ли сменить оратора).

При этом оратор пользуется не только языком слов, но и “языком чувств” – неречевыми средствами выразительности. Не следует думать, что речь – это одно, а жесты, мимика, движения – другое. Все это – единый экспрессивный поток внутренней жизни человека. А так как оратор воспринимается двумя каналами (зрительным и слуховым), причем зрительное восприятие сильнее слухового, то необходимо добиваться, чтобы жестово-мимические средства общения составляли единое целое с речевым процессом.

Следя за мимикой, жестами, позой, движениями оратора, слушатели легче вникают в процесс его мышления. А знание оратором классификации жестово-мимических средств выразительности, понимание их сути, роли в ораторском искусстве помогают ему добиваться большего взаимодействия с аудиторией, а значит, и действенности выступления.

**Наука паралингвистика** (рага в переводе с греческого – возле, около) изучает факторы, которые сопровождают речь, участвуют в передаче информации в процессе вербального (речевого) общения; раскрывает сущность и виды околязыковых средств выразительности, их роль в системе обратных связей при речевом взаимодействии.

Неречевые средства являются не самостоятельным, а вспомогательным средством коммуникации. Они подготавливают, сопровождают, комментируют, разъясняют речь, вскрывают ее глубинную суть.

Паралингвистические (околязыковые) средства общения характеризуются двойственностью. С одной стороны, они позволяют экономить речевые средства. Обращаясь, допустим, к продавцу, мы, указывая на предмет, говорим: «Покажите, пожалуйста, вот эту чашечку»,



– и не тратим лишних слов на ее описание. С другой стороны, они компенсируют многое из того, что недоговорено словами, вскрывают подтекст, многозначность речи, ее стилистические оттенки, чувства, отношения и т. д.

Несомненно, поза, жесты, мимика, манера поведения, одежда – принадлежности индивидуального стиля. Но эти элементы кинетической системы общения действуют на зрительный канал восприятия, акцентируют на них внимание, повышая или понижая эмоциональность, и тем самым влияют на усвоение высказанных мыслей. По мнению психологов, речь на 25% воспринимается зрительным путем. Манера поведения оратора, его поза, мимика, жестикуляция, одежда, прическа, средства украшений – всё это подвергается критической оценке слушателями.

Аудитория внимательно следит за поведением оратора во время речи. Лучшей является поза, при которой вес тела распределён на обе ступни, тело слегка наклонено вперёд, чтобы обеспечивать свободное дыхание и хорошее звучание голоса. Когда выступающий покачивается взад – вперёд, топчется или переминается ногами – это отвлекает аудиторию. Не нужно засовывать руки в карманы, Не стоит также скрещивать руки на груди. Некоторые ораторы, добравшись до трибуны, ложатся на нее. Все это отрицательно действует на слушателей, не способствует установлению контакта с оратором.

Оратор должен добиться ощущения устойчивости, равновесия, легкости, подвижности и естественности, стоя на трибуне, перед аудиторией. Но вид человека, который длительное время стоит неподвижно так же утомляет слушателей. Во время доклада опытный выступающий должен менять позу. Шаг вперед в нужный момент усиливает значимость того или иного места речи, помогает сосредоточить на нем внимание. Отступая назад, оратор как бы дает аудитории возможность «отдохнуть» и затем переходит к другому положению речи. Не следует расхаживать, двигаться в стороны во время выступления. Для эффективного общения позы должны быть открытыми, ноги и руки не скрещены, а слегка разведены. Открытая поза демонстрирует стремление к контакту.

Научиться правильно стоять можно с помощью следующего упражнения:

- ноги расставлены на 15 – 20 см в зависимости от роста, носки слегка раздвинуты, одна нога выставлена чуть вперёд, колени гибки и податливы, плечи и руки не напряжены, грудь выставлена, живот подтянут. Как только появится ощущение удобства позы – закрепить её.

П. Сопер в своей книге «Культура речи» даёт следующие рекомендации оратору: «Ноги слегка раздвинуты; одна нога выставлена чуть вперёд; упор неодинаков на обе ноги; колени гибки и податливы; в плечах и руках нет напряжения; руки не притиснуты плотно к грудной клетке; голова и шея несколько выдвинуты вперёд по отношению к грудной клетке; грудь выставлена, живот подтянут, но не настолько, чтобы это мешало свободе дыхания».

Мастерство оратора проявляется в усилении воздействия жестом. Обычно считается, что жесты заключаются в движениях рук и кистей, и действительно, это самые выразительные и бросающиеся в глаза жесты. Но и любое телодвижение с целью подчеркнуть значение произносимых слов тоже является жестом. Вкрадчивая и гладкая речь оратора, у которого слова льются без всякого видимого усилия, оставляет осадок недоверия. Жестикуляция важна – движущиеся объекты привлекают в семь раз больше внимания, чем статичные. Но ее нужно ставить. Когда человек обращается с другими людьми, он обычно жестикулирует в маленьком диапазоне, но для сцены такая амплитуда очень мала и публикой совершенно не фиксируется, то есть практически не помогает выступлению. Жесты надо использовать постоянно, но при этом они должны быть органичны – любые неестественные жесты могут превратить человека в Буратино.

Но и излишняя виртуозность не украшает говорящего и вызывает иронию, неприязнь. От жестов значимых, которые способствуют успеху речи, необходимо отличать бессмысленные, механические (встряхивание головой, поправление волос, одежды, верчение ручки и др.). Утверждают, что лучший и самый совершенный жест тот, который не замечают слушатели, т. е. который органично сливается с содержанием речи.

В ораторском искусстве используются следующие жесты:

**Ритмические жесты.** Они подчеркивают логическое ударение, замедление и ускорение речи, место пауз.

**Эмоциональные** передают оттенки чувств (сжатый кулак, овальное движение руки, «отрубаящая» фразу рука).

**Указательные** рекомендуется использовать в очень редких случаях, когда есть предмет, наглядное пособие, на которые можно указать.

**Изобразительные** наглядно представляют предмет, показывают его (например, винтовую лестницу).

**Символические** несут определенную информацию. К этой группе относятся жест категоричности (сабельная отмашка кистью правой руки), жест противопоставления (кисть руки исполняет в воздухе движение «там и здесь»), жест разъединения (ладони раскрываются в разные стороны), жест обобщения (овальное движение двумя руками одновременно), жест объединения (пальцы или ладони рук соединяются).

Существуют следующие правила пользования жестами:

- жесты должны быть произвольны – прибегать к жесту надо только по мере ощущения потребности в нём;

- жестикуляция не должна быть непрерывной – не каждая фраза нуждается в подчеркивании жестом;

- управляйте жестами – никогда жест не должен отставать от подкрепляемого им слова;

- вносите разнообразие в жестикуляцию – не пользуйтесь без разбора одним и тем же жестом во всех случаях, когда нужно придать словам выразительность;

- жесты должны отвечать своему назначению – их количество и интенсивность должны соответствовать характеру речи и аудитории;

- нельзя пальцами тереть одежду, украшения, дотрагиваться до часов и т. д.;

- делайте жесты только выше пояса – жесты ниже пояса воспринимаются слушателями как выражение неуверенности, растерянности;

- не прерывайте начатые жесты, доводите их до конца.

Обращая внимание на жесты, можно получить важную информацию об ораторе или слушателе.

Понимание невербального языка позволяет точно определить замыслы, позицию собеседника.

Выделяется несколько основных жестов и поз, отражающих различные психологические реакции. Рассмотрим их.

**1) Жесты открытости** свидетельствуют об искренности, добродушном настроении. К ним относится жест «раскрытые руки» (партнер протягивает руки в вашу сторону, ладонями вверх, расстегивание пиджака).

**2) Жесты подозрительности и скрытности.** Собеседник машинально потирает лоб, виски, подбородок, стремится прикрыть лицо руками. Другой показатель недоверия – несогласованность жестов и мимики («искусственная улыбка»).

**3) Жесты защиты** являются знаками того, что коммуникант чувствует опасность. Наиболее распространенный жест этой группы – скрещенные руки.

**4) Жесты размышления и оценки** отражают состояние задумчивости и стремление найти решение проблемы («рука у щеки», «пощипывание» переносицы, почесывание подбородка и прищуривание глаз).

**5) Жесты сомнения и неуверенности** – это прикосновение к носу или его легкое потирание.

**6) Жесты уверенных в себе людей с чувством превосходства над другими** – это закладывание рук за голову или за спину с захватом запястья.

**7) Жесты несогласия.** Наиболее популярным среди них является собирание несуществующих ворсинок с костюма.

**8) Жесты и позы, свидетельствующие о нежелании слушать** – прикосновение к уху, опускание век, передвижение, поворот всем корпусом в сторону двери.

**9) Жесты лжи.** Когда человек лжет, он закрывает рот, глаза, уши руками, прикасается к носу, потирает веко, опускает глаза, «закрывает» ладони. Жесты и мимика лжеца при этом рассогласованы.

Многие начинающие ораторы задаются следующими вопросами: «Что делать со своими руками?» и «Как сделать, чтобы руки не выдавали

моего волнения!». Но вопрос целесообразнее сформировать следующим образом: «Как руки могут помочь?».

Не рекомендуется держать руки в карманах. Во-первых, это не говорит о хороших манерах. А, к тому же, держа руки в карманах, нельзя пользоваться ими.

С помощью рук можно показать размеры предмета и указать на какие либо предметы, подчеркнуть важность сказанного. Иными словами, руками надо умело пользоваться для создания образа своих идей. При этом необходимо считаться со следующими правилами:

- около 90% жестов необходимо делать выше пояса; жесты, сделанные ниже пояса часто имеют значение неуверенности, неудачи, растерянности;

- локти не должны находиться ближе чем на 3 см. от корпуса; меньшее расстояние будет символизировать незначительность и слабость вашего авторитета

- жестикулируйте обеими руками; самое трудное – начать пользоваться жестами, которые вы считаете приемлемыми.

Постоянное стремление к новым знаниям, расширение сферы своих интересов и возможностей – вот что поможет деловым людям заложить прочную основу своей риторической культуры. И её уровень во многом зависит от того, насколько оратор владеет техникой речи.

## **4.2 Техника речи**

Согласно афоризму, существует три категории ораторов: «одних можно слушать, других нельзя слушать, третьих нельзя не слушать». Конечно, то, что говорит оратор, в значительной степени определяет, как его будут слушать. Но от состояния голоса оратора, чаще всего зависит, можно или нельзя слушать оратора вообще.

Голос – это оркестр разнообразных инструментов. Оркестр – благозвучный, сильный, выдержанный, подвижный, тонкий, один способный передавать малейшие движения внутренней жизни, просто и красиво выразить мысли и чувства человека.

Голос человека производит определенное впечатление, служит инструментом воздействия. По характеру речевого звучания мы судим о темпераменте, мироощущении говорящего.

По голосу собеседника можно узнать:

- о возрасте (детский, ломающийся, шамкающий, старческий);
- о здоровье (слабый, простуженный, безжизненный, усталый, сорванный, пропитой, прокуренный, звонкий, бодрый);
- об отношении к собеседнику (грубый, вкрадчивый, дружеский, нежный, рассерженный, недовольный, заносчивый);
- о самооценке (самоуверенный, фамильярный, заискивающий, надменный, строгий, льстивый, уверенный);
- об иерархии (суровый, менторский, самоуверенный, робкий, дрожащий, испуганный, заискивающий, просительный, льстивый)
- о душевном состоянии (злой, дрожащий, плаксивый, спокойный, удивлённый, злобный);
- о национальности;
- об акустических особенностях (глухой, бархатный, грудной).

Звуковое оформление речи составляет эмоциональный фон выступления, разговора, который может быть положительным (приятным) или отрицательным (неприятным). Недостатки произношения (крикливость, одышка, хрипота, резкость, гортанность, гнусавость, нечетность артикуляции) являются «барьерами» коммуникационного обмена, «режут ухо». А хорошо звучащий голос тонизирует нервную систему самого говорящего, придает уверенность, создает настроение.

Речевые изъяны очень устойчивы. Из бытовой речи они часто «перекочевывают» в публичную, в деловое общение, искажая или затрудняя его.

Вот почему чрезвычайно важно то, как звучит голос выступающего: звучит ли он свободно, мягко, доверительно, на низких тонах (низкие тона голоса воспринимаются более благоприятно, они собирают внимание слушающих, настраивают их на восприятие содержания) или, напротив, звучание резкое, напряженное, завышенное по тону или очень тихое, «безопорное», не летящее в зал. И тогда слушателям приходится тратить первые самые ценные минуты общения на то, чтобы «приспособиться», «приноровиться» воспринимать неблагозвучную, часто раздражающую

речь говорящего.

Первая функция голоса и состоит в том, чтобы обеспечить слышимость звучащего со сцены слова.

Если оратор будет заботиться о том, чтобы его речь легко осознавалась слушателями, он обязательно разовьет голосовую гибкость, подвижность, способность голоса «рисовать мысль». То есть возродит вторую функцию голоса – быть выразителем мысли. Дело в том, что мы понимаем речь говорящего по хранящемуся в нашей памяти «запасу интонационных моделей». Мы помним мелодические рисунки повествовательных, вопросительных, побудительных, восклицательных и других предложений, слышим мелодическое выделение логических центров фраз, интонирование знаков препинания и т. д.

И, наконец, если оратор захочет, чтобы его речь вызвала не только сомыслие, но и сопереживание у слушателей, он непременно будет развивать средства речевой выразительности. Третья функция голоса – быть проводником чувств.

Ведь именно по интонациям (повышению или понижению голоса, увеличению или уменьшению силы звука, возникновению и характеру пауз), слушатель угадывает чувство, через интонации он приходит в соприкосновение с тем, что живет в душе говорящего.

Речь, звучащая на повышенной звучности (будучи в этом смысле искусственной), должна сохранить всю выразительность естественной речи. Значит, надо на повышенном уровне громкости добиваться таких же тонких и сжатых в динамическом диапазоне модуляций, которые естественны для обычной разговорной речи, слышимой с более близкого расстояния.

Хороший голос должен быть во-первых, неповторим, как отпечаток пальцев; во-вторых – адекватен личности (если человек лжет, голос его становится или отвратительным, или приторно хорошим, что также выдаёт фальш); в-третьих, голос должен учитывать слушателя (иначе он не дойдёт до адресата); в четвёртых, голос должен быть естественным (никакой манерности, никаких гримас. речевых усилий не должно быть заметно).

О. Баева в книге «Ораторское искусство в деловом общении» выделяет следующие характеристики голоса.

1) Для хорошего голоса – приятный, спокойный, низкого тембра,

доверительный, управляемый, тёплый, мелодичный, заботливый, уверенный, дружеский, выразительный, звучный, доброжелательный.

2) Для плохого голоса – гнусавый, скрипучий, хриплый, дрожащий, пронзительный, плаксивый, робкий, отрывистый, слишком громкий, слишком тихий, бесцветный, неуверенный, монотонный, слабый, скучный.

Каким же образом развивать голос, чтобы он, оставаясь в известном смысле искусственным, сохранял бы естественность, был бы звучен и в то же время не терял бы всех тонкостей выявления внутренней жизни говорящего? Оратор также должен уметь регулировать свое поведение, управлять интонациями речи в процессе словесного взаимодействия с аудиторией. С помощью чего же он осуществляет этот акт управления?

Голоса, поставленные самой природой, встречаются редко. Каждый человек может «воспитать» голос, т. е. развить и укрепить. Техника речи – важный элемент культуры речевой деятельности – включает работу над дыханием, голосом, дикцией. Техническая сторона звучащей речи поддается тренировке путем специальных упражнений. Их надо выполнять регулярно, а также обращаться к ним, готовясь к ораторскому выступлению, к встрече с людьми, чтобы в момент контакта «быть в голосе». Процесс голосообразования наиболее продуктивен, когда спина прямая, крепкая, а руки, плечи, шея, органы артикуляции свободны и не напряжены.

Способы улучшения голоса:

- запишите свой голос на магнитофон;
- пытайтесь говорить со скоростью 120 слов в минуту;
- произносите слова отчетливо, учите и произносите скороговорки;
- подчеркивайте ключевые слова;
- используйте свой голос, чтобы создать контраст (высокий – низкий);
- практикуйтесь говорить из диафрагмы;
- заботьтесь о своём голосе;
- следите за осанкой и походкой;
- побольше зевайте;
- не стесняйтесь себя и своего голоса;



- помните, что в создании акустических характеристик участвуют все части речевого аппарата: темп, громкость, высота, тембр, ясность и четкость произношения.

Темп – скорость говорения – может быть быстрым, средним, медленным. Зависит скорость речи чаще всего от смысла высказывания, эмоционального настроения, жизненной ситуации. Оптимальным условием легкого восприятия является средний темп – примерно 100 – 120 слов в минуту. Но встречаются и нарушения.

Торопливость речи, вызываемая робостью, – один из наиболее распространенных и серьезных недостатков выступающего. Вялая речь частый недостаток флегматичных и ленивых людей, которые не задумываются над тем, что слушателю трудно следить за нитью рассуждения такого оратора, дожидаясь когда он доберётся к концу своей фразы. Неуверенная речь обычно характерна для тех выступающих, которые не имеют ясного представления что говорить дальше в этом случае они прибегают к пустословию, к сверхпредельному замедлению темпа, к заполнению речи бесконечными «и» и т. д.

Громкость – это интенсивность звучания, большая или меньшая сила произношения, зависящая также от обстановки общения, словесного содержания. По высоте голос бывает высоким, средним и низким, это зависит от его природы. Высота звука должна изменяться при произношении речи, иначе возникает монотонность. Особое повышение тона, сопровождающееся усилением словесного ударения, большей интенсивностью ударного слога, называют логическим ударением.

Тембр – дополнительная артикуляционно-акустическая окраска голоса, его колорит, «цвет». У каждого человека свой тембр – глухой, дрожащий, звонкий, острый, жесткий, бархатный, металлический, мажорный, минорный, слезливый, спокойный, теплый, холодный, нежный, лёгкий, богатый и т. д.

Тембр играет большую роль в передаче чувств. И не только как общая окраска звука, но и как способность голоса варьировать в зависимости от выражаемых мыслей и чувств. Как идеи обладают различной силой воздействия, различной способностью вызывать те или иные чувства, так и гармония человеческого голоса может порождать те же переживания.

К недостаткам тембра относятся: одышка, хрипота, резкость, гортанность, гнусавость.

Ясность и четкость произношения называются хорошей дикцией. Она подготавливает речевой аппарат к творческому процессу, делает привычной точную артикуляцию всех звуков. Помогает выразительности слова. Хорошая дикция предполагает умение «держать паузу», разнообразить ритмическую организацию речи. Различают физиологическую (добор дыхания), грамматическую (знаки препинания), логическую (смыслоразличительную) и психолингвистическую паузу (подтекст, эмоциональная окраска). Для выразительной речи надо не забывать о паузах и не торопиться говорить так, как будто кто-то гонится за оратором. В таком случае слушатели мало запомнят из услышанного, а у флегматиков такой темп речи без пауз просто вызовет антипатию.

Важно обращать внимание и слова и звуки – паразиты, которые нередко включены в речь оратора. Чаще всего он просто не замечает этого своего недостатка. В то время, как аудитория очень остро реагирует на подобную засорённость речи. Чтобы избавиться от данного недостатка, необходимо постоянно контролировать себя, записывать свои выступления на магнитофон и самокритично анализировать запись. Избавиться от этого недостатка очень трудно, не возможно.

Систему вышеперечисленных фонетических средств (высотных, силовых, временных) часто называют **интонацией**, а также **просодикой**.

Перечислим упражнения для развития голосовых возможностей.

**1) «Баюканье».** Вам предстоит убаюкать малыша тихим мычанием сквозь сомкнутые губы: «м».

**2) «Колокола».** Имитируйте голосом звучание большого колокола: «бом – м – м! Бим – м -м !, Бам – м – м !», стараясь «тянуть» согласный. Изменяйте регистры: от низкого (бом) до высокого (бим) и среднего (бам).

**3) Постепенно и плавно повышайте и понижайте голос**, делайте его то громким, то тихим от начала до конца текста.

**4) Произношение слов с разными интонациями.**

**5) Скороговорки.**

Официальная обстановка требует управления голосом, владения полным стилем произношения, т. е. внятного проговаривания при среднем темпе. Владеть речевой техникой – это значит добиться интонационной

подвижности и выразительности, мягкого, свободного, четкого звучания; уметь пользоваться нюансами тембра.

Оратор, собеседник, умеющий легко изменять темп, громкость и высоту речи, обладающий хорошей дикцией и тембром, может выражать голосом различные чувства и переживания. Но это возможно при правильно поставленном речевом (фонационном) дыхании. Его основой является диафрагмально-реберное дыхание, когда вдох и выдох совершаются за счет изменения объема грудной клетки вследствие сокращения диафрагмы, межреберных и брюшных мышц. При произношении речи после короткого вдоха следует пауза для укрепления брюшного пресса, а затем – длинный звуковой выдох, во время которого надо уметь рационально расходовать запас воздуха. Расслабление мышц, удерживающих грудную клетку в расширенном состоянии, должно происходить постепенно, подчиняясь воле говорящего. Через нос вдыхают только перед началом монолога или на больших паузах. Неправильное дыхание порождает недостаточную звучность (т.е. силу, гибкость, подвижность), которая в свою очередь изменяет тембр голоса.

Приведем комплекс упражнений речевой гимнастики.

**1) «Теплый воздух».** Представьте себе, что у вас замерзли руки, – отогрейте их дыханием. Выдох должен быть ровным, медленным. Одну руку держите на животе.

**2) «Свеча».** Медленно дуйте на пламя. Вместо свечи можно взять полоску бумаги шириной 2 – 3 см и длиной 10 см.

**3) «Свечи».** На одном вдохе (без добора) погасите 3 свечи (4, 5, 10), разделив выдох на порции.

**4) «Насос».** Встаньте прямо, ноги на ширине плеч. Наклонитесь вперед и возьмитесь за рукоятку воображаемого автомобильного насоса двумя руками. Начните накачивать воздух: выпрямляясь, делайте вдох, а наклоняясь, – выдох на звуке «ф».

**5) «Пильщики».** Возьмитесь вдвоем за руки крест – накрест. Правые руки – ваша пила, левые бревно. Один тянет на себя «пилу», имитируя на выдохе звук «з», другой берет пилу на себя: «с».

**6) «Старт».** Возьмите в руки часы с секундной стрелкой и начните вслух вести отсчет времени по секундам: «Десять! Девять. Один! Пуск!».

Отсчет ведите громко, отрывисто, равномерно, на одном дыхании, без добора воздуха.

7) «Егорки». Распределите выдох на три порции, читая громко, равномерно текст, делайте паузу после каждого третьего (пятого, восьмого, одиннадцатого) «Егорки»: «Как на горке, на пригорке (вдох), стоят тридцать три Егорки (вдох): раз Егорка, два Егорка, три Егорки (вдох), четыре Егорки, пять Егорок, шесть Егорок (вдох) и т. д.

Но оратор должен помнить, что никакая техника речи, как и выдержанный, в соответствии с правилами, внешний вид выступающего не обеспечат того успеха, который дают глубокие знания оратора, его искренняя убежденность и внутренняя потребность донести свои знания слушателям.

### **Контрольные вопросы**

- 1 Назовите основные составляющие имиджа оратора.
- 2 Какие требования к одежде должен учитывать оратор, готовясь к выступлению?
- 3 Какая поза оратора лучше всего «работает» на внимание слушателей?
- 4 Поясните выражение –«лицо говорит вместе с языком».
- 5 Какие виды жестов чаще всего употребляются ораторами во время выступления?
- 6 Назовите правила пользования жестами во время выступления.
- 7 Какие функции выполняет голос оратора?
- 8 Назовите признаки хорошего голоса.
- 9 Какими способами можно улучшить голос?
- 10 С помощью каких упражнений можно регулировать дыхание?

## **Тема 5 ИСКУССТВО СПОРА**

### **5.1 Классификация споров**

Рассмотрим такие понятия как спор, дискуссия, полемика, дебаты, прения.

Обязательным качеством современного делового человека является умение компетентно и плодотворно обсуждать жизненно важные проблемы, доказывать и убеждать, аргументировано отстаивать свою точку зрения и опровергать мнение оппонента, т. е. владеть полемическим мастерством, искусством спора.

В содержание понятия «полемическое мастерство» включается знание предмета спора, понимание сущности публичного спора и его разновидностей, соблюдение основных требований культуры спора, умение доказывать выдвинутое положение и опровергать мнение оппонента и знание полемических приемов, умение противостоять уловкам противника.

В современной научной, методической, справочной литературе слово спор служит для обозначения процесса обмена противоположными мнениями. В русском языке есть и другие слова для обозначения данного явления: дискуссия, диспут, полемика, дебаты, прения. Довольно часто они употребляются как синонимы к слову спор. На это указывают толковые словари русского литературного языка и словари синонимов. Но в научных исследованиях, в публицистических и художественных произведениях эти слова нередко служат наименованиями отдельных разновидностей спора.

**Дискуссией** (лат. *discussio* – исследование, рассмотрение, разбор) называют такой публичный спор, целью которого является выяснение и сопоставление разных точек зрения, поиск, выявление истинного мнения, нахождение правильного решения спорного вопроса. Дискуссия считается эффективным способом убеждения, так как ее участники сами приходят к тому или иному выводу.

Слово **диспут** тоже пришло к нам из латинского языка (*disputar* – рассуждать) и первоначально означало публичную защиту научного сочинения, написанного для получения ученой степени. Сегодня в этом значении слово диспут не употребляется. Этим словом называют публичный спор на научную и общественно важную тему.

Другой характер носит **полемика**. Об этом свидетельствует и этимология (т. е. происхождение) данного термина. Древнегреческое слово *polemikos* означает «воинственный, враждебный». Полемика – это не просто спор, а такой, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон, идей и речей. Исходя из этого, полемику можно

определить как борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу, публичный спор с целью защитить, отстоять свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.

Из данного определения следует, что полемика отличается от дискуссии, диспута именно своей целевой направленностью. Участники дискуссии, диспута, сопоставляя противоречивые суждения, стараются:

- прийти к единому мнению;
- найти общее решение;
- установить истину.

**Цель полемики** иная: надо одержать победу над противником, отстоять и утвердить собственную позицию.

Однако следует иметь в виду, что подлинно научная полемика ведется не просто ради победы как таковой. Опираясь на принципиальные позиции, полемисты решают социально значимые вопросы, их выступления направлены против всего, что мешает эффективному общественному развитию.

Слово **дебаты** французского происхождения (debat – спор, прения). **Прения** – русское слово, зафиксированное в лексиконе XVII в. Толковый словарь определяет эти слова так: дебаты – прения, обмен мнениями по каким-либо вопросам публично.

Словами дебаты, прения, как правило, именуют споры, которые возникают при обсуждении докладов, сообщений, выступлений на собраниях, заседаниях, конференциях и т. п.

Существуют разные виды споров. В научной и методической литературе делаются попытки систематизировать их. В качестве оснований берутся самые различные признаки. К основным факторам, влияющим на характер спора и его особенности, относятся:

- цель спора;
- количество участников;
- форма проведения спора.

Рассмотрим, какие виды споров можно выделить в зависимости от этих факторов.

Известно, что люди, вступая в спор, преследуют далеко не одинаковые цели и руководствуются разными мотивами.

По цели различают следующие виды спора:

- спор из-за истины;
- для убеждения кого-либо;
- для победы;
- спор ради спора.

Кратко охарактеризуем их.

Спор может служить средством для поиска истины, для проверки какой-либо мысли, идеи, для ее обоснования. В таком споре тщательно подбираются и анализируются доводы, взвешенно оцениваются позиции и взгляды противоположной стороны, т. е., по существу, ведется совместное расследование истины. Конечно, такой спор возможен только между компетентными людьми, знающими данную проблему, заинтересованными в ее решении.

Задачей спора может стать не проверка истины, а убеждение оппонента. При этом выделяются два важных момента. Спорящий убеждает противника в том, в чем сам глубоко убежден. Но порой он уверяет и потому, что так «надо» по долгу службы, в силу каких-либо обстоятельств и т. п. Сам же он вовсе не верит в истину того, что защищает, или в ложность того, на что нападает.

Целью спора бывает не исследование, не убеждение, а победа. Причем полемисты добиваются ее по разным мотивам. Им очень важны успех в споре, высокая оценка окружающих, признание своих интеллектуальных способностей, ораторских данных, слава непобедимого полемиста. В приемах и средствах для одержания победы они не стесняются.

Довольно часто встречается и спор ради спора. Это своего рода «искусство для искусства», «спорт». Для таких спорщиков безразлично, о чем спорить, с кем спорить, зачем спорить. Им важно блеснуть красноречием, доказать, что белое – черное, а черное – белое. Если вы будете отрицать какое-либо положение, они обязательно начнут его защищать.

Приведенная классификация видов спора по цели носит в определенной мере условный характер. В жизни их не всегда удается четко разграничить. Так, добиваясь победы в споре, полемист стремится убедить оппонента в правильности своей позиции. А убеждение противника в чем-

либо способствует поиску истины, уточнению выдвинутых положений, принятию более правильных решений.

На специфику спора влияет количество лиц, принимающих участие в обсуждении проблемных вопросов. По этому признаку можно выделить три основные группы:

- спор-монолог (человек спорит сам с собой, это так называемый внутренний спор);

- спор-диалог (полемизируют два лица);

- спор-полилог (ведется несколькими или многими лицами),

В свою очередь спор-полилог может быть массовым (все присутствующие участвуют в споре) и групповым (спорный вопрос решает выделенная группа лиц в присутствии всех участников). Вести спор-полилог, безусловно, трудно. Между тем он может иметь большое значение при решении важных вопросов общественно-политической, духовной, научной жизни. Чем больше знающих людей принимают участие в таком споре, тем результативнее он будет.

На процесс спора накладывает свой отпечаток и форма ведения борьбы мнений. Споры могут быть устными и письменными (печатными). Устная форма предполагает непосредственное общение конкретных лиц друг с другом, письменная (печатная) форма – опосредованное общение. Устные споры, как правило, ограничены во времени и замкнуты в пространстве: они ведутся на занятиях, конференциях, заседаниях, различного рода мероприятиях и т. д. Письменные (печатные) формы более продолжительны во времени, чем устные, так как связь между полемизирующими сторонами опосредованная.

В устном споре, особенно если он ведется при слушателях, важную роль играют внешние и психологические моменты. Большое значение имеет манера уверенно держаться, быстрота реакции, живость мышления, остроумие. Робкий, застенчивый человек обычно проигрывает по сравнению с самоуверенным противником. Поэтому письменный спор бывает более пригоден для выяснения истины, чем устный. Однако у него есть свои недостатки. Он иногда тянется слишком долго, в течение нескольких лет. Читатели, да и сами участники спора, успевают забыть отдельные положения и выводы, не имеют возможности восстановить их в



памяти. Иногда спор ведется на страницах, нескольких различных изданий, отчего трудно следить за его ходом.

Споры бывают организованные и неорганизованные.

**Организованные** споры планируются, готовятся, проводятся под руководством специалистов. Полемисты имеют возможность заранее познакомиться с предметом спора, определить свою позицию, подобрать необходимые аргументы, продумать ответы на возможные возражения оппонентов. Но спор может возникнуть и стихийно. Такое нередко случается в учебном процессе, на собраниях и заседаниях, в бытовом общении. **Неорганизованные**, стихийные споры, как правило, менее продуктивны. В подобных спорах выступления участников бывают недостаточно аргументированными, порой приводятся случайные доводы, звучат не совсем зрелые высказывания.

Успех спора, его конструктивный характер, плодотворность в решении вопросов в значительной степени зависят от состава полемистов. Важное значение имеют уровень их культуры, эрудиция, компетентность, жизненный опыт, владение полемическими навыками и умениями, знание правил публичного спора.

Полемистам необходимо знать основные требования культуры спора, соблюдение которых повышает его эффективность и плодотворность, способствует успеху в дискуссии и полемике. Они выработаны практикой публичного спора, сформулированы в старых и новых риториках, приводятся в книгах по искусству спора.

## 5.2 Условия эффективности спора

Всякий спор будет успешным лишь в том случае, если четко выделен его предмет. Это – важнейшее требование культуры спора. В «Словаре русского языка» С. И. Ожегова одно из значений слова предмет определено так: «То, на что направлена мысль, что составляет ее содержание или на что направлено какое-нибудь действие». Предмет спора – это те положения, суждения, которые подлежат обсуждению путем обмена различных точек зрения, сопоставления разных мнений.

Предмет спора должен сразу же обозначаться полемизирующими сторонами. Нередко он уточняется в ходе самой дискуссии, а порой может

появиться и во время обсуждения какой-либо проблемы. Во время разговора спор может переходить с одного предмета на другой. Важно, чтобы спорщики каждый раз ясно представляли себе, что же является предметом их разногласий.

Поэтому, приступая к обсуждению спорной проблемы, важно установить, что является предметом разногласий с оппонентом и четко определить предмет спора. Не упускать из виду главных положений, из-за которых ведется спор.

Если в ходе обсуждения спорной проблемы точка зрения оппонента выражена нечетко, с ним трудно вести полемику.

Спор становится более плодотворным, если у участников полемики, дискуссии есть общность исходных позиций, начальное взаимопонимание, единая платформа для обсуждения нерешенных вопросов. Речь идет не о единой точке зрения по обсуждаемым проблемам. Мнения участников спора могут быть разными, но должна быть общая цель, стремление найти правильное решение, желание разобраться в спорном вопросе и добиться истины.

При обсуждении того или иного вопроса приходится пользоваться различными понятиями, необходимыми для раскрытия существа рассматриваемой проблемы.

Успех полемического обсуждения во многом определяется умением его участников правильно оперировать в споре понятиями и терминами. Прежде всего, необходимо уметь выделить основные, опорные понятия, связанные с предметом спора, тщательно отобрать термины, необходимые для обсуждения выдвинутой проблемы. Не следует перегружать спор научной терминологией.

Чтобы все участники дискуссии, полемики одинаково понимали употребляемые слова, целесообразно в начале спора уточнить значение основных терминов, договориться о содержании понятий, необходимых для рассмотрения проблемы, иди, по крайней мере, оговорить различный смысл, который каждый из участников вкладывает в одни и те же слова, обозначающие понятия.

Если спорящие не договорились об определении исходных понятий, то вести дискуссию просто бесполезно. Важность соблюдения этого

непременного условия становится особенно очевидной, если учесть, что в языке многие слова многозначны, имеют не одно, а несколько значений.

Неточное употребление участниками спора терминов, многозначных слов может привести к нежелательному результату, затруднить общение, помешать обсуждению спорной проблемы, стать причиной серьезных заблуждений.

Следует учиться правильно раскрывать содержание понятий, объяснять значение терминов, применять различные способы толкования слов. С этой целью рекомендуется активно использовать лингвистические и энциклопедические словари.

Рассмотрим владение приёмами нападения.

**1) Задавать риторические вопросы.** Если вы чувствуете, что ваш соперник хорошо подготовился к выступлению, то нет смысла пытаться переспорить оппонента в рамках темы этого выступления. Сосредоточьтесь на том, чтобы подорвать доверие аудитории непосредственно к личности выступающего. Для этого и существуют риторические вопросы. На них невозможно ответить «нет». А, отвечая вам «да», оратор попадает в расставленную вами ловушку.

**2) Комментировать.** При мощном волевом напоре оратора лучше не становится поперек дороги потоку его энергии и темпераменту. Обратите свое внимание на аудиторию. И в паузах громко, четко и коротко объясняйте ей то, что говорит оратор, переводя его речь на более доступный массам язык.

**3) Использовать кодирование.** Если вы заметили, что оратор применяет кодовые или опорные фразы, то перехватывайте их и используйте против него.

**4) Подавать реплики.** При выступлении оппонента с использованием звукоусилительной техники очень тяжело перебить его пространной тирадой. Поэтому лучше всего в такой ситуации употреблять короткие выкрики.

**5) Завершать ударом.** Даже если в дискуссии в целом вас победили, всегда есть шанс отыграться, получив (или отобрав) право последнего слова. В нем необходимо дать краткий анализ чужого выступления и дать ему свою характеристику. (Пример: «Мой оппонент выступил достойно. Правда, он 11 раз ошибался в цитатах и не смог доказать ни одного своего

умозаключения, но все равно его энергичность и скорость мышления вызывают уважение. Давайте ему поаплодируем!»).

**6) Использовать специфические приемы,** характерные именно для **эристики** – науки побеждать в споре.

**7) Не оправдываться, а обвинять.** Если ваша позиция в дискуссии подвергается атаке, то ни в коем случае нельзя строить контраргументы в духе подтверждения ее достоинств. Это самый невыгодный ход в споре. Вы ставите себя (причем, добровольно) в положение обвиняемого и начинаете играть вторым номером, отдавая оппоненту чудную роль – вашего судьи и прокурора одновременно. И дальше вся дискуссия превращается в допрос, на котором вы должны изворачиваться, вспоминать и даже предъявлять алиби. Это плохо. Что же делать? Обвинять! На любой каверзный вопрос давать молниеносный отпор: жестким замечанием (на любую тему, хоть о внешнем виде оппонента), вопросом (тоже любым).

**8) Не объяснять, а декларировать.** В дискуссиях на политическую тематику очень часто выступающему с какой-либо программой преобразований оратору задают вопросы, типа: «А каким образом Вы собираетесь это сделать?», «Откуда возьмете деньги?» и т. п. Неопытный оратор сразу же начинает судорожно объяснять, за счет чего может быть реализована его программа, залезая в такие дебри, но, чем больше он говорит, тем меньше ему верят слушатели. Что следует делать в такой ситуации? Декларировать (то есть заявлять – без доказательств, без витиеватой аргументации) свое мнение по данному вопросу.

**9) Интерпретировать замечания противника наиболее выгодным образом.** Интерпретация (иначе: краткий пересказ и собственное истолкование чужой мысли) содержит в себе три основных правила. Первый – упрощать. Второй – слышать оппонента так, как вам выгодно. Если соперник перебивает вас своей пространной фразой, то из нее надо выхватывать только то, что работает на вас, катализируя ваше выступление. Третий – понимать оппонента так, как вам выгодно. Этот вид полезен при реагировании на короткие реплики противников. Здесь важно переключить злой выкрик или ядовитое замечание на аудиторию, вроде бы именно против нее направлено нападение оппонента. Вы должны стать защитником публики

**10) Заявлять.** Даже если у вас готов хороший ответ на каверзный вопрос или провокационное замечание, то все равно используйте внимание слушателей для короткого заявления (главное, чтобы не перебили, поэтому с максимальной силой).

**11) Использовать опорные фразы.** Если оппонент сбил вас с мысли, и вы затрудняетесь с ответом, то используйте цепочку: опорная фраза + опровержение актуальности вопроса + домашняя заготовка (то есть, заученные перед выступлением фразы по теме дискуссии).

**12) Озадачивать.** При вступлении с вами в спор сразу нескольких оппонентов нет смысла дергаться и отвечать на наскоки. Необходимо заинтриговать аудиторию парадоксами, загадками, какими-либо странными вопросами к соперникам, – словом, всем тем, что сможет поставить в тупик аудиторию и привлечет к вам ее внимание.

**13) Дожимать противника.** Ситуация та же – нападение на вас нескольких противников. Избегайте сосредотачивать свои ответы на сильнейшем из соперников или на опровержении сильного возражения. Ищите среди оппонентов самого слабого, неподготовленного или нападайте на его самое неудачное замечание. Забудьте о том, что хотели сказать публике, все равно перебьют.

**14) Давать высказаться.** Если оппонент горюдит чушь – не перебивайте. Сожмите свое выступление, отдав часть времени этому человеку. Он работает на вас. Публика с негодованием будет ждать, когда же закончатся его словесные излияния и прозвучит ваше слово. Подбадривайте оппонента, провоцируя его на дальнейшие высказывания. А сами готовьте контрудар.

**15) Применять логическую диффузию.** Если вы чувствуете, что не только оппонент, но и вся аудитория целиком настроены против вас и ее социальная, религиозная, этническая или профессиональная точка зрения абсолютно противоположна вашей, не стоит биться головой об стену всеобщего недоброжелательства. Спокойно и плавно отходите в сторону от своей позиции. Не отвергайте аргументы противника. Вводите их элементы в свою точку зрения. Доказывайте, что ваша позиция не имеет ничего общего с той, против которой все настроены. Здесь главное: незаметно для окружающих размыть свою позицию так, чтобы сквозь нее

просочились и смешались в ней в нужную вам смесь все аргументы соперника и поддерживающей его аудитории.

**16) Отвечать вопросом на вопрос.** Этот приём используется тогда, когда соперник оказывается гораздо более напорист и энергичен, чем вы. В этой ситуации необходимо заставить его работать первым номером. Пусть разглагольствует, главное заставить его увязнуть в ваших вопросах, а не отбиваться от них самому.

**17) Обладать высокой культурой мышления.** В дискуссии, полемике постоянно приходится доказывать или опровергать те или иные положения, убеждать оппонентов, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать определенные выводы. Поэтому полемисту необходимо уметь мыслить правильно, логично и последовательно строить свое выступление, давать аргументированные ответы, т. е. опираться на логику, обладать высокой культурой мышления.

При построении логического доказательства полемисту необходимо знать и соблюдать правила выдвижения тезиса и аргументов. Следует иметь в виду, что тезис нужно четко сформулировать, он должен оставаться неизменным в ходе данного доказательства и не содержать в себе логического противоречия. В качестве аргументов нужно использовать истинные положения, причем их истинность доказывается независимо от тезиса. Кроме того, нельзя забывать, что аргументы должны быть достаточными для данного тезиса.

Достаточно весомыми доводами считаются статистические данные. Они вызывают доверие у участников полемического обсуждения.

Однако цифрами нельзя злоупотреблять. Обилие цифр оглушает слушателей, затрудняет восприятие содержания речи.

Важно, чтобы статистические данные отражали реальное положение дел, не искажали действительность, не затушевывали недостатков в работе

Не менее убедительными доводами, чем цифры, считаются примеры из жизни, которые приводят полемисты для подкрепления своей точки зрения. Чтобы убедить аудиторию в правильности выдвигаемого тезиса, можно сослаться на мнения и суждения авторитетных лиц, привести цитаты из произведений видных политических, государственных, общественных деятелей, известных ученых, писателей. Однако в споре нужно разграничивать факт и мнение. **Факт** – это действительное,

невымышленное явление, событие, то, что произошло на самом деле. **Мнение** – суждение, выражающее оценку, отношение, взгляд на что-либо. Факты существуют сами по себе, независимо от того, как мы их оцениваем и используем в своих целях. На мнения влияют социальные установки, личностные ориентиры, особенности характера, психическое состояние, уровень подготовки. Степень осведомленности и многое другое. Мнения могут быть предвзятыми, необъективными, ошибочными. Поэтому факты являются более надежными аргументами. К мнениям же необходимо относиться критически, учитывать исторические и социальные условия, которые оказали влияние на их формирование.

В процессе доказательства используются также законы природы и общества, аксиоматические положения науки, теоретические обобщения и выводы.

Полемисту не следует забывать, что дело не в количестве приводимых доводов, а в их качестве. Чтобы добиться своей цели, полемист должен хорошо знать того, к кому обращены его доводы, и приводить аргументы с учетом индивидуальных особенностей оппонента

Подбирая те или иные доводы, нужно позаботиться о том, чтобы они воздействовали не только на разум слушателей, но и на их чувства. Психологи доказали, что на процесс убеждения сильное влияние оказывает эмоциональное состояние слушателя, его субъективное отношение к предмету речи.

Покажем, что **не рекомендуется** делать в споре.

**1) Обязательно противоречить во всём.** Психологи установили, что если делается попытка навязать оппоненту мнение, резко отличающееся от его взглядов, то он по контрасту воспринимает предлагаемую ему противоположную точку зрения как неприемлемую. Иногда полезно согласиться с предлагаемыми доводами оппонента, прежде чем сказать нет, произнести да. Это продемонстрирует всем присутствующим ваше беспристрастие, стремление к объективному рассмотрению вопроса. Но, согласившись с доводами, надо уметь показать, что они не имеют прямого отношения к предмету спора и не доказывают правоты оппонента. Другими словами, надо найти удачное сочетание понимающей и атакующей интонаций.

**2) Горячиться в споре.** Наблюдения показывают, что из двух полемистов, равных друг другу во всех прочих отношениях, победителем оказывается тот, у кого больше выдержки и самообладания. В возбужденном состоянии трудно анализировать позицию оппонента, подбирать веские доводы, не нарушать логической последовательности в изложении материала.

**3) Брань во время споров должна запрещаться и караться, как другие словесные преступления.** Порождаемая злобным раздражением, она приносит полемистам огромный вред. Безусловно, полемисту необходимо соизмерять свои способности, возможности с объектом нападения, с силами противника. Важно, чтобы во время спора была создана такая обстановка, которая не позволяла бы отдельным спорщикам вести себя высокомерно, с апломбом, а то и нахально. Хорошо, когда в споре участвуют люди, присутствие которых может сдержать слишком горячих, а порой и недобросовестных спорщиков. Поэтому, прежде чем принять участие в споре, надо подумать – есть ли смысл спорить.

Рассмотрим, с кем не желательно вступать в полемику. Можно выделить следующие категории оппонентов:

- с тем, кто явно не разбирается в затронутом вопросе;
- с теми, кто уверен, что есть только два мнения по вопросу – одно – его, а второе – неправильное;
- когда это нецелесообразно;
- с любителем словесных поединков, для которых спор – самоцель;
- с тем, кто заведомо настроен против вас;
- если неподходящее время, место, условия.

Поведение полемистов во многом определяется их индивидуальными особенностями, свойствами темперамента, чертами характера.

Для делового человека поучительно познакомиться с манерой спора древнегреческого философа Сократа. Отличительной чертой его способа ведения диалога была ирония. **Ирония Сократа** – это скрытая насмешка над самоуверенностью тех, кто мнит себя «многознающим». Прикидываясь простодушным простачком, задавая все время вопросы, Сократ приводил своих собеседников в тупиковое положение, обнаруживал их невежество, показывал, что они не обладают истинным



знанием, хотя и претендуют на это. Однако ирония Сократа существенно отличается от обычной иронии. Ее цель – не просто разоблачить и уничтожить кого-либо, а помочь человеку узнать себя, стать свободным, проявить свои творческие возможности.

«Наивные» вопросы Сократа были рассчитаны на то, чтобы вызвать смятение в душе человека, заставить его задуматься над своей жизнью.

Конечной целью сократовских диалогов и бесед было выяснение истины. Сократ называл свой метод ведения диалога с помощью умело поставленных вопросов и полученных ответов **майевтикой**, считая, что такая форма разговора облегчает рождение истины, приводит собеседника к истинному знанию. «Я знаю, что ничего не знаю» – знаменитое высказывание Сократа, его кредо, выражение его взгляда на познание.

### **5.3 Опровержение позиций оппонента. Ответы на вопросы**

Искусство спора состоит не только в доказательстве истинности своих суждений, но и в умении опровергать точку зрения оппонента, разоблачать неверные утверждения. Поэтому необходимо уметь пользоваться и такой логической операцией, как опровержение. Она заключается в установлении ложности либо необоснованности положения, выдвинутого в качестве тезиса, и направлена на разрушение ранее состоявшегося доказательства. Доказательство и опровержение выполняют противоположные функции. Для доказательства характерна конструктивная роль обоснования какой-либо идеи, для опровержения – критическая.

Опровержение осуществляется тремя способами:

- опровергается тезис;
- критикуются доводы;
- показывается несостоятельность демонстрации.

Наиболее действенным методом считается опровержение ложного тезиса фактами.

К этому испытанному средству полемики прибегают довольно часто в публичных лекциях, выступлениях на митингах и собраниях, в открытых диспутах и дискуссиях.

Реальные события, явления, статистические данные, результаты экспериментальных исследований, свидетельские показания, противоречащие тезису, несокрушимо разоблачают опровергаемые суждения.

Не менее эффективным способом опровержения является критика доводов оппонента. Показывая ложность или необоснованность аргументов, полемист приводит слушателя к мысли, что выдвинутый тезис не доказан.

Иногда полемисты, чтобы показать ошибочность тезиса оппонента, просто отмечают его доводы и развивают свои идеи. Однако нельзя отвергать чужих аргументов без доказательства их несостоятельности.

Важную роль в полемике играет и такой испытанный метод, как опровержение демонстрации, т. е. выявление того, что тезис противоположной стороны логически не вытекает из аргументов. Задача полемиста состоит в том, чтобы проанализировать ход рассуждения оппонента и показать отсутствие в изложении действительной логической связи.

Чтобы защитить свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента, участники спора используют различные **полемические приемы**.

Эффективным средством считается применение юмора, иронии, сарказма.

Они являются обязательными психологическими элементами публичного выступления. Эти средства усиливают полемический тон речи, ее эмоциональное воздействие на слушателей, помогают разрядить напряженную обстановку, создают определенную настрой при обсуждении острых вопросов, помогают полемистам добиться успеха в споре.

Распространенным приемом опровержения является «доведение до нелепости», «сведение к абсурду».

Довольно часто в дискуссиях и полемиках применяется «возвратный удар», или так называемый прием бумеранга. Полемический прием заключается в том, что тезис или аргумент обращается против тех, кто их высказал. При этом сила удара во много раз увеличивается. Поражение противника становится очевидным для всех присутствующих.

Разновидностью «возвратного удара» считается прием «подхвата реплики». В ходе обсуждения спорных вопросов полемисты нередко бросают реплики различного характера. Умение применить реплику противника в целях усиления собственной аргументации, разоблачения взглядов и позиции оппонента, оказания психологического воздействия на присутствующих – действенный прием в полемике. «Подхватом реплики» часто пользуются, выступая на съездах, конференциях, митингах.

Назовем еще один полемический прием – атака вопросами. В споре важно задавать вопросы, уметь перехватывать инициативу в их постановке. Цель этого метода - сделать положение оппонента затруднительным, заставить его защищаться, оправдываться, создать себе наиболее благоприятные условия для спора.

Иногда вместо обсуждения по существу того или иного положения начинают оценивать достоинства и недостатки человека, его выдвинувшего. Такой прием в полемике называют «довод к человеку» (лат. *ad hominem*). Он оказывает сильное психологическое воздействие.

«Довод к человеку» как полемический прием должен применяться в сочетании с другими достоверными и обоснованными аргументами. Как самостоятельное доказательство он считается логической ошибкой, состоящей в подмене самого тезиса ссылками на личные качества того, кто его выдвинул.

Недобросовестные полемисты в спорах часто прибегают к различного рода **нечестным средствам**. Это – **софизмы** – намеренные, сознательные логические ошибки в рассуждениях, которые выдаются за истинные; ухищрения, связанные с манипулированием вопросами.

Довольно большую группу нечестных средств составляют психологические уловки, с помощью которых некоторые полемисты хотят облегчить спор для себя и затруднить для противника. Они разнообразны по своей сущности, многие основаны на хорошем знании особенностей психологии людей, слабостей человеческой природы. Как правило, эти уловки содержат элементы хитрости и прямого обмана. В них проявляется грубое, неуважительное отношение к оппоненту. Такие **уловки в споре** считаются непозволительными. Раскроем их.

**1) Ставка на ложный стыд.** Известно, что люди часто хотят казаться лучше, чем они есть на самом деле, боятся «уронить себя» в

глазах окружающих. Вот на этом-то желании выглядеть чуть лучше и играют некоторые опытные полемисты. Например, приводя недоказанный или даже ложный вывод, противник сопровождает его фразами: «Вам, конечно, известно, что наука давно установила»; «Неужели вы до сих пор не знаете?»; «Общеизвестным является факт», т. е. делает ставку на ложный стыд. Если человек не признается, что это ему неизвестно, он «на крючке» у противника и вынужден соглашаться с его аргументами.

**2) «Подмазывание аргумента».** Другая родственная уловка, основанная на самолюбии, называется подмазыванием аргумента. Слабый довод, который может быть легко опротестован, сопровождается комплиментом противнику. Например: «Вы, как человек умный, не станете отрицать»; «Всем хорошо известна ваша честность и принципиальность, поэтому вы»; «Человек недостаточно образованный не оценит, не поймет приведенный аргумент, но вы». Иногда противнику тонко дают понять, что к нему лично относятся с особым уважением, высоко ценят его ум, признают его достоинства.

**3) Ссылка на возраст, образование, положение.** Нередко в спорах в качестве аргументов используют ссылки на свой возраст, образование и положение. Довольно часто мы сталкиваемся с такими рассуждениями: «Вот доживите до моих лет, тогда и судите»; «Сначала получите диплом, а потом и поговорим»; «Займете мое место, тогда и рассуждать будете» и др. Однако известно, что человек, старший по возрасту, имеющий высшее образование, занимающий определенную должность, далеко не всегда бывает прав. Поэтому не следует сразу сдавать позиции и отступать; необходимо потребовать, чтобы оппонент привел более веские и убедительные аргументы.

**4) Увести разговор в сторону.** Нередко приходится наблюдать такие ситуации, когда участники обсуждения спорной проблемы затрудняются подобрать необходимые аргументы. Чтобы уйти от поражения, сделать его не столь заметным, они всячески уводят разговор в сторону, отвлекают внимание оппонентов второстепенными вопросами, рассказами на отвлеченные темы.

**5) Перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда.** Одной из распространенных уловок в споре является перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда. Вместо доказательства истины того или иного

положения выясняется, имеет ли оно пользу для нас или нет. И понятно, когда мы чувствуем, что данное предложение выгодно нам, хотя и имеет вредные последствия для других, мы скорее с ним соглашаемся. Этой-то слабостью человеческой природы и пользуются недобросовестные спорщики. Они начинают давить на противника, подчеркивая преимущества своей позиции для оппонента. Такие доводы называют нередко «карманными», т. е. удобными, выгодными. И оказывают они порой просто гипнотическое действие.

**6) Сместить время действия.** Иногда спорщики используют и такую уловку: в процессе рассуждения они смещают время действия, подменяют то, что справедливо для прошлого и настоящего, тем, что произойдет в будущем.

**7) Самоуверенный тон.** В публичном споре большое влияние как на оппонентов, так и на слушателей оказывает внушение. Поэтому нельзя поддаваться и такой распространенной уловке, как самоуверенный, безапелляционный, решительный тон. Человек, говорящий с апломбом, внушительным голосом, психологически давит на присутствующих. В подобной ситуации требуется внутренняя собранность, выдержка, деловой тон, умение перевести разговор от общих фраз к рассмотрению существа дела, что особенно важно в условиях делового общения.

Кроме соответствующего тона есть много и других разнообразных уловок, рассчитанных на внушение и психологическое воздействие на участников спора. Это и насмешка, и стремление оборвать противника, вызвать недоверие к его словам, резко отрицательная оценка высказанных суждений, обидная реплика и т. п.

Одна из уловок, которой довольно часто пользуются спорщики, называется «**чтение в сердцах**». Суть ее заключается в том, что софист не столько разбирает слова противника, сколько ссылается на те мотивы, которые заставили их высказать («Вы говорите из жалости к нему»; «Вас заставляют так говорить интересы данной организации»; «Вы преследуете личные интересы» и т. п.).

На подрыв авторитета противника, создания к нему негативного отношения рассчитаны и **прямые оскорбления**, ложь, приклеивание ярлыков, подтасовка фактов – к чему нередко прибегают в споре.

Порой противник бывает заинтересован в том, чтобы сорвать спор, так как он ему не по силам, невыгоден в силу каких-либо причин. В таких случаях прибегают к грубым «механическим» уловкам: перебивают противника, не дают ему говорить, явно показывают свое нежелание слушать оппонента – зажимают уши, напевают, насвистывают, смеются, топают ногами и т. п. Иногда эти действия совершают слушатели, желая поддержать своего единомышленника и навредить его сопернику. Этот прием называют **«обструкцией»** (намеренный срыв спора).

Необходимость знания такого рода средств не вызывает сомнения. Каждый, кто борется за свои убеждения, ищет правильные решения, утверждает истину, должен не только сам быть вооружен, но и хорошо знать методы своего оппонента. Умение распознать ту или иную уловку, показать, с какой целью она использована, дать достойный отпор противнику – необходимое качество полемиста.

Надо быть психологически готовым к различного рода нападкам и уловкам со стороны оппонента. Не всегда доверять его словам и доводам.

Нечестные приемы так или иначе связаны с отступлением от законов правильного мышления, с нарушением основных правил, которым подчиняется спор, со стремлением увести разговор от предмета обсуждения.

Способность полемистов правильно формулировать вопросы и умело отвечать на них во многом определяет эффективность публичного спора. Удачный ответ укрепляет собственную позицию полемиста, усиливает аргументацию выдвинутого тезиса.

Рассмотрим **классификацию вопросов**.

**1) Уточняющие и восполняющие вопросы.** В зависимости от логической структуры обычно выделяют два вида вопросов – уточняющие и восполняющие. Уточняющие (закрытые) вопросы направлены на выяснение истинности или ложности выраженного в них суждения. Например: «Действительно ли в этом году начнет работу новый филиал фирмы?»; «Правда ли, что завод значительно расширяет ассортимент выпускаемой продукции?»

В предложениях, содержащих закрытые вопросы, употребляется частица *ли*, которая является их грамматическим признаком. Ответ на такие вопросы, как правило, ограничен словами: *да* или *нет*.

Восполняющие (открытые) вопросы связаны с выяснением новых знаний относительно событий, явлений, предметов, интересующих слушателя. Грамматическими признаками таких вопросов являются вопросительные слова: кто, что, где, когда, как, почему и др. Так, приведенные выше закрытые вопросы можно преобразовать в открытые: «Где в этом году начнет работать новый филиал фирмы?»; «Какую новую продукцию будет выпускать завод?»

**2) Простые и сложные вопросы.** По составу и уточняющие, и пополняющие вопросы бывают простыми и сложными. Простые вопросы не могут быть расчленены, они не включают в себя другие вопросы. Сложные вопросы можно разбить на два или несколько простых.

Сложный пополняющий вопрос включает несколько вопросительных слов.

Сложные вопросы нередко вызывают затруднения у отвечающих, могут запутать их, поэтому в дискуссии, полемике рекомендуется пользоваться простыми вопросами.

**3) Корректные и некорректные вопросы.** Вопросы различаются и по форме. Если их базисом, предпосылками являются истинные суждения, то вопросы считаются логически корректными (правильно поставленными).

Логически некорректными (неправильно поставленными) называются вопросы, в основе которых лежит ложные или неопределенные суждения.

Например, одного менеджера спросили: «По каким вопросам у вас возникают конфликты с коллегами?» Некорректность этого вопроса заключается в том, что сначала нужно было выяснить, бывают ли у него конфликты с сотрудниками, а затем уже при положительном ответе уточнить, по каким именно вопросам.

В вопросах отражается также отношение к говорящему, стремление либо поддержать, либо дискредитировать его и высказанные им суждения в глазах присутствующих.

**4) Благожелательные и неблагоприятные вопросы.** По характеру вопросы бывают нейтральными, благожелательными и неблагоприятными, враждебными, провокационными. Поэтому необходимо по формулировке вопроса, по тону голоса определить

характер вопроса, чтобы правильно выработать тактику поведения. На нейтральные и благожелательные вопросы следует отвечать спокойно, стремясь как можно яснее объяснить то или иное высказанное положение. Важно проявить максимум внимания и уважения к спрашивающему, даже если вопрос сформулирован неточно, не совсем грамотно. Недопустимы раздражение и пренебрежительный тон.

Однако нельзя забывать, что в дискуссии, полемике вопросы порой ставятся не для того, чтобы выяснить суть дела, а чтобы поставить оппонента в неловкое положение, выразить недоверие к его аргументам, показать свое несогласие с его позицией, одним словом, одержать победу над противником.

Отвечая на неблагоприятные вопросы, следует выявить их провокационную суть, обнажить позицию оппонента и дать открытый бой.

**5) Острые вопросы.** В ходе обсуждения проблем нередко ставятся острые вопросы, т. е. вопросы актуальные, жизненно важные, принципиальные. Ответ на такие вопросы требует от полемиста определенного мужества и соответствующей психологической подготовки. Полемисту не следует смазывать поставленные вопросы, уклоняться от них, необходимо давать правдивый и честный ответ.

Конечно, прямо заданный вопрос нередко ставит оппонента в затруднительное положение, может вызвать у него растерянность и смущение.

В процессе обсуждения спорной проблемы, как правило, приходится сталкиваться со всеми перечисленными типами вопросов.

Покажем, какие существуют **виды ответов**.

«Каков вопрос, таков ответ» – гласит народная мудрость. Ответы тоже классифицируются по-разному. Например, по содержанию различают **правильные и неправильные** ответы. Если в ответе содержатся суждения истинные и логически связанные с вопросом, то он считается правильным. К неправильным, ошибочным относят ответы, связанные с вопросом, но по существу неверно отражающие действительность. Если ответ не связан с вопросом, он расценивается как «ответ не по существу» и не рассматривается. Кроме того, выделяют ответы **позитивные** (содержащие стремление разобраться в поставленных вопросах) и **негативные** (выражающие отказ отвечать на тот или иной вопрос). Мотивом для отказа



может быть недостаточная компетентность выступающего по затронутым проблемам, слабое знание обсуждаемого предмета.

По объему выраженной информации ответы бывают **краткими и развернутыми**.

Но, независимо от вида и характера вопроса, полемисту следует строго придерживаться основного принципа – отвечать на вопрос лишь в том случае, когда до конца ясна его суть, когда знаешь правильный ответ. В споре очень ценится **остроумный ответ**. Находчивость полемиста, его умение сориентироваться в обстановке, найти наиболее точные слова для данной ситуации, быстрота реакции помогают выйти из затруднительного положения.

С использованием в споре вопросов и ответов связаны некоторые нечестные приемы, к которым прибегают, чтобы сбить противника с толку. К ним относится, к примеру, так называемая **«ошибка многих вопросов»**. Оппоненту сразу задают несколько различных вопросов под видом одного и требуют немедленного ответа да или нет. Но дело в том, что заключенные в заданном вопросе подвопросы бывают прямо противоположны друг другу, один из них требует ответа «да», а другой – «нет». Отвечающий, не заметив этого, дает ответ только на один из вопросов. Задающий вопросы пользуется этим, произвольно применяет ответ к другому вопросу и запутывает оппонента. Этой уловкой пользовались еще в античном мире.

В спорах нередко бывают ситуации, когда полемисты по разным причинам стараются уклониться от поставленных вопросов. Иногда они просто пропускают вопрос, как говорится, мимо ушей, как бы не замечают его.

Некоторые полемисты начинают иронизировать над вопросами своего оппонента. Вы задаете такие «глубокомысленные» вопросы»; «И вы считаете свой вопрос серьезным?»; «Ну что за легкомысленный вопрос»; «Вы задаете такой трудный вопрос, что я пасую перед ним». Часто дается отрицательная оценка самому вопросу: «Это наивный вопрос»; «Этот вопрос звучит аполитично»; «Это же догматизм»; «Это незрелый вопрос». Такого рода фразы не способствуют выяснению истины, конструктивному решению проблемы. Они психологически действуют на оппонента, так как в них проявляется неуважительное к нему отношение. Это позволяет

человеку, произносящему такие фразы, уйти от поставленных вопросов, оставить их без ответа.

Наиболее распространенным в споре считается **«ответ вопросом на вопрос»**. Не желая отвечать на поставленный вопрос или испытывая затруднения в поисках ответа, полемист на вопрос оппонента ставит встречный вопрос. Если противник начинает отвечать, значит, он попался на эту уловку.

Прибегают полемисты и к такой своеобразной уловке, как **«ответ в кредит»**. Испытывая трудности в обсуждении проблемы, они переносят ответ на «потом», ссылаясь на сложность вопроса.

Таким образом, чтобы получить точные и ясные ответы, необходимо хорошо подумать о формулировке вопросов. Она должна быть четкой и краткой. Длинные, запутанные вопросы мешают правильному их пониманию. На искусственно усложненные вопросительные конструкции трудно ответить.

Все вопросы должны быть корректными, правильно поставленными. Не следует поддаваться на провокационные вопросы и другие нечестные приемы противника. Нужно показать сопернику и другим присутствующим, что вам понятен его умысел и вы можете дать ему должный отпор.

Таким образом, можно выделить следующие **правила ведения спора**:

- обсуждайте только тот вопрос, в котором хорошо разбираются обе стороны;
- начинайте возражать только тогда, когда вы уверены, что мнение собеседника действительно противоречит вашему;
- вначале приводите только сильные доводы, а о слабых говорите после и как бы вскользь;
- опровергайте фактами, показом того, что тезис противоположной стороны не вытекает из аргументов или что выдвинутый оппонентом тезис не доказан, не упорствуйте в отрицании доводов оппонента, если они ясны и очевидны;
- следите за тем, чтобы в ваших рассуждениях не было логических ошибок;
- в процессе спора старайтесь убедить, а не уязвить оппонента;

- умейте сохранить спокойствие и самообладание в споре, постарайтесь найти удачное сочетание понимающей и атакующей интонации;

- не приписывайте партнёру недостойных мотивов ведения спора;
- не допускайте перехода «на личность»;
- проявляйте принципиальность, но не упрямство;
- соблюдайте этику ведения спора: спокойствие, выдержку, доброжелательность.

### **Контрольные вопросы**

1 Дайте определение понятий «полемическое мастерство», «спор», «дискуссия», «полемика», «дебаты», «прения».

2 Какие классификации споров вы знаете?

3 Каковы основные требования культуры спора?

4 Какие доводы используются в споре?

5 В чем суть опровержения как логической операции?

6 Охарактеризуйте основные способы опровержения.

7 Какие полемические приемы используются в споре?

8 Перечислите основные уловки, к которым прибегают в споре недобросовестные полемисты.

9 Какие специфические приёмы использует эристика?

10 Что такое «ирония Сократа»?

11 Дайте классификацию вопросов. Приведите примеры использования различных вопросов при обсуждении спорных проблем.

12 Какие виды ответов вы знаете?

13 В чем суть нечестных приемов, связанных с использованием вопросов?

14 Как следует вести себя во время спора?

## Приложение А

### ТЕСТ «КОММУНИКАбельНЫ ЛИ ВЫ?»

На предложенные вопросы необходимо выбрать ответ «да», «иногда» или «нет».

1 Вам предстоит ординарная деловая встреча, выбивает ли вас ее ожидание из колеи?

2 Не откладываете ли вы визит к врачу до тех пор, пока станет уже невмоготу?

3 Вызывает ли у вас смятение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании или тому подобном мероприятии?

4 Вам предлагают выехать в командировку в город, где вы никогда не бывали. Приложите ли вы максимум усилий, чтобы ее избежать?

5 Любите ли вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?

6 Раздражаетесь ли вы, если незнакомый человек на улице обратится к вам с просьбой?

7 Верите ли вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?

8 Постесняетесь ли вы напомнить знакомому, что он забыл вернуть вам 100 рублей, которые он у вас занял?

9 В ресторане или столовой вам подали явно некачественное блюдо, промолчите ли вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?

10 Оказавшись один на один с незнакомым человеком, вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?

11 Вас приводит в ужас длинная очередь, где бы она ни была. Предпочитаете ли вы отказаться от своего намерения, нежели встать в хвост и томиться в ожидании?

12 Бойтесь ли вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?

13 У вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры и никаких» чужих» мнений на этот счет вы не приемлете. Это так?

14 Услыхав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному вам вопросу, предпочитаете ли вы промолчать и не вступать в спор?

15 Вызывают ли у вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе?

16 Охотнее ли вы излагаете свою точку зрения в письменном виде, чем в устной форме?

### Ключ

Ответ «да» – 2 очка, «иногда» – 1, «нет» – 0.

**30-32 очка.** Вы явно некоммуникабельны. И это ваша беда, так как страдаете от этого вы сами. Но и близким вам людям нелегко. На вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь стать общительнее.

**25-29 очков.** Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, у вас, наверное, мало друзей. Новая работа и необходимость новых контактов выводят вас из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. В вашей власти переломить эти особенности характера, ведь при какой-либо сильной увлеченности вы приобретаете «вдруг» полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться.

**19-24 очка.** Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы вас не пугают. И все же с новыми людьми сходитесь с оглядкой, а в спорах и диспутах участвуете неохотно. В ваших высказываниях порой слишком много сарказма без всякого на то основания. Эти недостатки исправимы.

**14-18 очков.** У вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно

терпеливы в общении с другими, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с другими людьми. В то же время не любите шумных компаний; экстравагантные выходки, многословие вызывают у вас раздражение.

**9-13 очков.** Вы весьма общительны (порой сверх меры). Любопытны, разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего вам недостает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными трудностями. При желании вы сможете заставить себя не отступать.

**4-8 очков.** Вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из вас ключом, вы всегда в курсе всех дел. Любите принимать участие во всех мероприятиях, дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызывать у вас мигрень, даже хандру. Охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя не всегда можете довести его до конца. По этой причине руководители и коллеги относятся к вам с опаской.

**3 очка и менее.** Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела других, которые не имеют к вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых вы некомпетентны. Вольно или невольно вы бываете причиной разного рода конфликтов в вашем окружении. Вы вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для вас. Людям трудно с вами. Да, вам бы поработать над собой, над своим характером. Воспитывайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительное отношение к людям. И думайте о своем здоровье: такой стиль жизни не проходит бесследно.

## Приложение Б

### ТЕСТ «ПРИЯТНО ЛИ С ВАМИ ОБЩАТЬСЯ?»

На предложенные вопросы необходимо выбрать ответ «да» или «нет».

- 1 Вы любите больше слушать, чем говорить?
- 2 Вы всегда можете найти тему для разговора даже с незнакомым человеком?
- 3 Вы всегда внимательно слушаете собеседника?
- 4 Любите ли вы давать советы?
- 5 Если тема разговора вам не интересна, станете ли показывать это собеседнику?
- 6 Раздражаетесь, когда вас не слушают?
- 7 У вас есть собственное мнение по любому вопросу?
- 8 Если тема разговора вам не знакома, станете ли ее развивать?
- 9 Вы любите быть центром внимания?
- 10 Есть ли хотя бы три предмета, по которым вы обладаете достаточно прочными знаниями?
- 11 Вы хороший оратор?

### Ключ

Если вы ответили положительно на вопросы 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, можете засчитать себе по одному баллу за каждый совпавший ответ. А теперь посчитаем.

**1-3 балла.** Трудно сказать, то ли вы молчун, из которого не вытянешь ни слова, то ли настолько общительны, что вас стараются избегать, но факт остается фактом: общаться с вами далеко не всегда приятно, но всегда крайне тяжело. Вам бы следовало над этим задуматься.

**4-9 баллов.** Вы, может быть, и не слишком общительный человек, но почти всегда внимательный и приятный собеседник, хотя можете быть и

весьма рассеянным, когда не в духе, но вы не требуете в такие минуты особого внимания к вашей персоне от окружающих.

**10-11 баллов.** Вы, наверное, один из самых приятных в общении людей. Вряд ли друзья могут без вас обойтись. Это прекрасно. Возникает только один вопрос: вам действительно приятна все время ваша роль или иногда вам приходится играть, как на сцене?



## Приложение В

### ТЕСТ «УМЕЕТЕ ЛИ ВЫ СЛУШАТЬ?»

Отметьте ситуации, которые вызывают у вас досаду или раздражение при беседе с любым человеком.

1 Собеседник не дает мне шанса высказаться, у меня есть что сказать, но нет возможности вставить слово.

2 Собеседник постоянно прерывает меня во время беседы.

3 Собеседник никогда не смотрит в лицо во время разговора, ия не уверен, слушает ли меня.

4 Разговор с таким партнером часто вызывает чувство пустой траты времени.

5 Собеседник постоянно суетится: карандаш и бумага его занимают больше, чем мои слова.

6 Собеседник никогда не улыбается. У меня возникает чувство тревоги и неловкости.

7 Собеседник всегда отвлекает меня вопросами и комментариями.

8 Что бы я ни высказал, собеседник всегда охлаждает мой пыл.

9 Собеседник всегда старается опровергнуть меня.

10 Собеседник передергивает смысл моих слов и вкладывает в них другое содержание.

11 Когда я задаю вопрос, собеседник заставляет меня защищаться.

12 Иногда собеседник переспрашивает меня, делая вид, что не расслышал.

13 Собеседник при разговоре сосредоточенно занимается посторонним: играет сигаретой, протирает очки и т. д., и я твердо уверен, что он при этом невнимателен.

14 Собеседник, не дослушав до конца, перебивает меня лишь затем, чтобы согласиться.

15 Собеседник делает выводы за меня

16 Собеседник всегда пытается вставить слово в мое повествование.

17 Собеседник смотрит на меня внимательно, не мигая.

18 Собеседник смотрит на меня, как бы оценивая. Это беспокоит.

19 Когда я предлагаю что-нибудь новое, собеседник говорит, что он думает так же.

20 Собеседник переигрывает, показывая, что интересуется беседой, слишком часто кивает головой, ахает, поддакивает.

21 Когда я говорю о серьезном, собеседник вставляет смешные истории, шуточки, анекдоты.

22 Собеседник часто глядит на часы во время разговора.

23 Когда я вхожу в кабинет, он бросает все дела и все внимание обращает на меня.

24 Собеседник ведет себя так, будто я мешаю ему делать что-нибудь важное.

25 Собеседник требует, чтобы все соглашались с ним. Любое его высказывание завершается вопросом: «Вы тоже так думаете?» или «Вы не согласны?».

### Ключ

Если процент ситуаций, вызывающих у вас досаду и раздражение, составляет:

**71-100%** – вы плохой собеседник. Вам необходимо работать над собой и учиться слушать.

**41-70%** – вам присущи некоторые недостатки. Вы критически относитесь к высказываниям, вам еще недостает некоторых достоинств хорошего собеседника: избегайте поспешных: выводов, не заостряйте внимание на манере говорить, не притворяйтесь, ищите смысл сказанного, не монополизируйте разговор.

**11-40%** – вы хороший собеседник, но иногда отказываете партнеру в полном внимании. Повторяйте вежливо его высказывания, дайте ему время раскрыть свою мысль полностью, приспособливайте свой темп мышления к его речи и можете быть уверены, что общаться с вами будет еще приятнее.

**0-10%** – вы отличный собеседник. Вы умеете слушать, ваш стиль общения может быть примером для окружающих.

## Приложение Г

### ТЕСТ «УМЕЕТЕ ЛИ ВЫ ВЕСТИ ПЕРЕГОВОРЫ?»

Предлагаемый тест позволяет определить, хотя и приблизительно, обладаете ли вы способностями выбрать правильный тон переговоров, расположить к себе оппонента, подобрать убедительные аргументы, найти взвешенное, приемлемое решение.

Следует дать спонтанный, наиболее адекватный вашей индивидуальности ответ, выбирая между «да» и «нет» в зависимости от вашего обычного поведения или образа мыслей.

1 Удивляют ли вас реакции людей, с которыми вы видите впервые?

2 Есть ли у вас привычка заканчивать фразу за других, так как вы считаете, будто знаете, что они скажут?

3 Часто ли вы жалуетесь, что вам не предоставляют подходящих средств, чтобы довести до конца свою работу?

4 Возражаете ли вы или хотя бы имеете такое намерение, когда критикуют мнение, которое вы разделяете, или коллектив, к которому вы принадлежите?

5 Способны ли вы представить себе, что будете делать в следующие шесть месяцев?

6 На совещании, на котором вы не знаете всех участников, высказываете ли вы свою точку зрения?

7 Считаете ли вы, что на всех переговорах всегда бывает победитель и побежденный?

8 Поговаривают ли о вас, что вы упрямы?

9 Считаете ли вы, что на переговорах, где надо добиться 5, следует начинать с запроса 10?

10 Трудно ли вам скрывать свое плохое настроение, когда, играя с друзьями (например, в шахматы), вы проигрываете?

11 Считаете ли необходимым отвечать пункт за пунктом кому-то, кто высказывает на совещании мнение, противоположное вашему?

12 Неприятно ли вам часто сменять один вид занятий другим?

13 Занимаете ли вы такой пост и получаете ли такую зарплату, каких рассчитывали добиться еще год назад?

14 Считаете ли вы дозволенным использовать слабости других, чтобы достичь своих целей?

15 Уверены ли вы, что легко найдете аргументы, чтобы убедить других в вашем праве настаивать на своем?

16 Готовитесь ли тщательно к встречам и совещаниям; которые вам предстоят?

### Ключ

Запишите по одному очку за каждый ответ, который совпадет со следующими:

**От 0 до 5 очков.** Вы не способны вести переговоры.

**От 6 до 11 очков.** Умеете вести переговоры хорошо. Но для вас существует опасность проявить властные черты характера в неподходящий момент. Рекомендуется продолжить обучение переговорному процессу.

**От 12 до 16 очков.** Вы освоили в достаточной мере культуру переговоров.

## Приложение Д

### ТЕСТ «ЧЕЛОВЕК НА ТРИБУНЕ» (ПО А. А. ЛЕОНТЬЕВУ)

Определяются важнейшие для оратора качества: стиль общения, тип нервной системы, подвижность эмоций.

Все, кому приходится выступать перед аудиторией, должны иметь свой способ общения со слушателями. Их можно разделить на две большие группы.

Представители первой подчиняют аудиторию себе. Конечно, они учитывают ее непосредственную реакцию, но предпочитают держать «бразды» в руках. Не допускают вольностей в поведении и речи. Назовем этот стиль «авторитарным».

Принадлежащие ко второму типу в известной мере сами подчиняются аудитории. Они располагают более разнообразным выбором вариантов поведения на трибуне, общения, произнесения речи. Ориентируются на реакцию аудитории, имеют более гибкую «личностную» манеру общения. Назовем этот тип «демократическим».

И у того и у другого есть свои преимущества и недостатки. Излишняя независимость от аудитории может сделать выступающего нечувствительным к интересам слушателей. А стремление во всем следовать аудитории может привести к потере авторитета и эффекта от сказанного.

Надо ответить «да» или «нет» на следующие вопросы.

1 Нуждаетесь ли вы в тщательной подготовке к любому выступлению в зависимости от характера аудитории, даже если вы не раз выступали на эту тему?

2 Чувствуете ли себя после выступления «выжатым», ощущаете ли резкое падение работоспособности?

3 Волнуетесь ли перед выходом на кафедру или трибуну настолько, что должны «преодолевать» себя?

4 Всегда ли одинаково начинаете выступление?

- 5 Приходите ли задолго до начала выступления?
- 6 Нужны ли вам 3-5 минут, чтобы установить первоначальный контакт с аудиторией и заставить внимательно вас слушать?
- 7 Стремитесь ли вы говорить строго по намеченному плану?
- 8 Любите ли вы во время выступления двигаться?
- 9 Отвечаете ли на записки с вопросами по ходу их поступления, не группируя их?
- 10 Успеваете ли во время выступления пошутить?

### **Ключ**

Если вы ответили однозначно на все вопросы, значит вы владеете индивидуальным стилем.

Положительные ответы на вопросы 1, 4, 5, 6, 7, 9 и отрицательные на остальные свидетельствуют о том, что вы относитесь к авторитарному типу. А наоборот – к демократическому.

Если вы ответили «нет» на вопросы 2, 3, 5, значит, у вас сильный тип нервной системы.

«Нет» на вопросы 1, 4, 6, 10 говорят о подвижности ваших эмоций.

Если выяснилось, что вы относитесь к первому типу, не пытайтесь копировать манеру второго – ничего не получится! Вы должны предварительно проработать свою тему так, чтобы предвидеть все, что относится к композиции, содержанию и языку, и составить подробный предварительный конспект, даже если не собираетесь говорить «по бумажке».

Совет демократическому типу: постарайтесь быть в форме, прежде чем выйти на трибуну, максимально контролировать свое поведение, мимику, жестикуляцию, чтобы выработать специфическую манеру общения с аудиторией.

## ЛИТЕРАТУРА

1 Александров Д. Н. Самоучитель красноречия / Д. Н. Александров. – М. : ФАИР – ПРЕСС, 2002. – 304 с. ISBN 5 – 8183 – 0500 – 7.

2 Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. Современная деловая риторика : учеб. пособие. – М. : НПО «МОДЭК», 2002. – 432 с. ISBN 5 – 89502 – 304 – 5.

3 Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие. 2-е изд., испр. – Минск: Новое знание, 2001. – 328 с. ISBN 985 – 6516 – 07 – 2.

4 Голуб И. Б. Риторика : учеб. пособие. – М. : «Эксмо», 2005. – 384 с. ISBN 5 – 699 – 12547 – 7.

5 Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета: учеб. пособие. – К. : Кондор, 2004. – 234 с. ISBN 966 – 8251 – 35 – 0.

6 Львов М. Р. Культура речи: учеб. пособие для студентов гуманитарных факультетов вузов. – М. : «Академия», 2003. – 272 с. ISBN 5 – 7695 – 0854 – X.

7 Мальханова И. А. Деловое общение : учеб. пособие. – М. : Академический Проект, 2002. – 224 с. ISBN 5 – 8291 – 0251 – X.

8 Стернин И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: «Академия», 2003. – 272 с. ISBN 5 – 7695 – 0983 – X.

9 Таранов П. С. Карманная риторика. – Севастополь : «Библекс», 2005. – 384 с. ISBN 966 – 8231 – 43 – 0.

10 Шейнов В.П. Искусство убеждать. – М. : ПРИОР, 2000. – 304 с. ISBN 5 – 7990 – 0233 – 4.

11 Шеламова Г. Н. Этикет делового общения: учеб. пособие для нач. проф. образования. – М. : «Академия», 2005. – 192 с. ISBN 5 – 7695 – 1948 – 7.

*Навчальне видання*

**КУДЕРСЬКА Тамара Володимирівна**  
**МЕДВЕДЄВА Інна Миколаївна**

## **ДІЛОВА РИТОРИКА**

### **КУРС ЛЕКЦІЙ**

**(для студентів всіх спеціальностей  
вищих учбових закладів)**

*(Російською мовою)*

Редактор Я. О. Бершацька  
Комп'ютерна верстка О. П. Ордіна

/ 2008. Підп. до друку . Формат 60 x 84/16.  
Папір офсетний. Ум. друк. арк. . Обл.-вид. арк. .  
Тираж прим. Зам. № .

Видавець і виготівник  
«Донбаська державна машинобудівна академія»  
84313, м. Краматорськ, вул. Шкадінова, 72.  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру  
серія ДК №1633 від 24.12.03.