

Лекция 8.
Основы ораторского искусства
Кандидат педагогических наук, доцент КФУ Камалова Л.А.

8.1. Что такое ораторское искусство

Термин *ораторское искусство* античного (латинского) происхождения. Его синонимами являются греческое слово «*риторика*» и русское «*красноречие*».

Ораторское искусство – это искусство построения и публичного произнесения убедительных и красочных речей с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию.

Убедительность и красочность – обязательные признаки речи. Убедительность создается системой доказательств. А выражение эмоций и эффектные приемы подачи материала оживляют речь, обеспечивают поддержание внимания аудитории, а значит, и усиливают воздействующее влияние слова.

Совокупность всех этих качеств делают речь эффективной. Умение влиять на людей с древних времен считалось одним из высших талантов, и главным инструментом этого воздействия была ораторская речь. Необходима риторика и в наши дни. Невозможно переоценить ее роль для преподавателей, политиков, прокуроров, адвокатов, менеджеров и представителей многих других профессий. Большое значение она может иметь и в различных областях повседневной жизни, так как знание законов и приемов построения монологического высказывания является надежным инструментом в борьбе с языковой агрессией, демагогией, манипулированием и позволяет эффективно защищаться от них.

Ораторское искусство неоднородно. В зависимости от содержания, цели и условий высказывания в современной практике публичного выступления выделяют следующие виды красноречия:

1. **социально-политическое.** К нему относят выступления, посвященные вопросам государственного строительства, экономики, права, этики, культуры; дипломатические, политические, военно-патриотические, митинговые, парламентские речи;
2. **академическое,** помогающее формировать научное мировоззрение. К нему относят учебные вузовские лекции, научные доклады, обзоры, сообщения, научно-популярные лекции;
3. **судебное.** К данному виду красноречия относят речи, произносимые участниками судебного процесса: прокурором, адвокатом, обвиняемым;
4. **социально-бытовое.** Приветственные, юбилейные, застольные, поминальные речи и т.п.;
5. **духовное, или церковно-богословское,** – это проповеди для прихожан или официальные речи, адресованные самим служителям церкви (например, на Соборе).

6.2. Личность оратора

Что нужно человеку для того, чтобы приобрести навыки ораторского выступления?

Конечно, в первую очередь нужно отметить значение *природных данных*. К ним относятся особенности нервной системы, функциональной деятельности мозга, строение голосовых связок, двигательного аппарата. Будущему оратору необходимо обладать развитым произвольным вниманием, хорошей образной и логической памятью, сообразительностью, глубиной и широтой мышления. Цицерон говорил: «*Совершенство не дано никому, но, занимаясь упорно и настойчиво, вы сможете приблизиться к нему настолько, насколько вам позволит природа*».

Кроме этого, в человеке, который хочет влиять на других, должна ярко проявляться *Личность*. «*Типичными личностными качествами являются самостоятельность и*

оригинальность мышления, доброжелательность, открытость, уверенность в себе, обаяние, артистичность и, несомненно, трудолюбие, сильная воля и активный характер».

Если оратор является такой личностью – сильной, умеющей убеждать, влиять на поведение людей, – то очень важным фактором становятся *нравственные установки*, которые он несет в массы. Как утверждают социологи, в нашей стране сейчас господствует нравственный плюрализм: каждый человек имеет свой моральный кодекс. Такое положение вещей опасно, поскольку может привести к моральной неразборчивости или вседозволенности. Уважая личное мнение каждого, все же необходимо формировать и определенную систему ценностей, руководствуясь которой человек, с одной стороны, не теряет своих индивидуальных качеств, а с другой – является представителем определенного социума. Поэтому риторическое образование должно сопровождаться этическим просвещением и нравственным воспитанием, формирующим такие принципы социального взаимодействия людей, как отказ от монополии на истину, готовность к диалогу и компромиссу, позитивная критика, борьба со злом, любовь к ближнему, порядочность и честность.

8.3. Подготовка к выступлению

В ораторской деятельности выделяется три основных этапа²:

1. докоммуникативный (до встречи с аудиторией);
2. коммуникативный (сам процесс выступления);
3. посткоммуникативный (анализ выступления).

Не стоит игнорировать первый этап подготовки к выступлению. Оратор должен во многих деталях предусмотреть ту конкретную речевую ситуацию, в которой он окажется. И, поверьте, от того, насколько Вы хорошо информированы об аудитории, перед которой Вам предстоит выступать, может многое зависеть.

Поэтому заранее уточните:

- в *каких условиях* придется выступать (большое помещение или маленькое, тепло в нем или холодно, хорошая ли акустика, освещение и пр.);
- при *каких обстоятельствах* состоится встреча (предпраздничный день, конец рабочей недели, позднее время начала встречи и т.д.);
- *кто* те слушатели, которые придут на встречу: их численность (приемы, используемые в аудитории, манера поведения, форма преподнесения материала бывают различными в малочисленной и многочисленной аудитории); возраст; однородность или неоднородность по половому, национальному признаку (чем однороднее аудитория, тем единодушнее реакция); уровень образования и круг профессиональных интересов; настроение.

Важно не упустить и такую деталь: как должен выглядеть сам выступающему? Его *костюм должен быть уместен, то есть соответствовать ситуации общения, не вызывать удивления или зависти – это помешает слушать, что Вы говорите. Но, с другой стороны, костюм должен отличаться и некоторой торжественностью, особенно если это первая встреча (тем самым Вы даете понять, что относитесь к ней как к значительному событию, проявляя уважение к аудитории). Прическа должна быть аккуратной, макияж умеренным, украшения скромными.*

Помните: скромность предпочтительнее назойливого шика.

Итак, Вы морально готовы предстать перед аудиторией.

Теперь необходимо подготовиться к самому выступлению. Это очень важное и ответственное дело.

*Практическая подготовка к выступлению начинается с выбора **темы**, которая должна представлять несомненный интерес для Вас и для Ваших слушателей. **Заглавие** речи*

должно отражать суть проблемы в лаконичной форме и носить рекламный характер: привлекать внимание и затрагивать интересы аудитории.

Определившись с темой и названием, продумайте, каковы Ваши **цели**: что нового Вы собираетесь сообщить аудитории, какой реакции слушателей будете добиваться.

Содержание речи должно раскрывать тему, и для этого используются факты, доводы, рассуждения, объяснения. Чтобы почерпнуть иллюстрирующий материал, можно воспользоваться:

- официальными документами;
- научной, научно-популярной литературой;
- справочной литературой: энциклопедиями, энциклопедическими словарями, статистическими сборниками, ежегодниками по различным вопросам, таблицами;
- интернет-сайтами;
- материалами СМИ;
- результатами социологических опросов.

6.4. Структура ораторской речи

Композиция речи – это закономерное, мотивированное содержанием и замыслом расположение всех частей выступления и целесообразное их соотношение, система организации материала¹.

Ораторская речь состоит из трех частей: *вступления, средней части* (рассуждение) и *заключения*.

Психологи утверждают (и это доказано многочисленными экспериментами), что, в соответствии с так называемым (Культура русской речи / Под ред. Л.К. Граудиной. – М., 2000. С. 130).

«законом края», лучше всего усваивается то, что содержится в начале и в конце сообщения. Поэтому вступлению и заключению необходимо уделить особое внимание.

Функция вступления состоит в том, чтобы психологически подготовить аудиторию к восприятию темы, заинтересовать и создать психологически благоприятные условия для ее обсуждения. Для этого во **вступлении** следует подчеркнуть актуальность темы, ее значение для данной аудитории, сформулировать цель, кратко изложить историю вопроса. Вступление должно быть кратким.

Заключение по продолжительности не должно превышать 1,5–2 минут. Здесь оратор подводит итог, кратко повторяет ключевые мысли своей речи. Народная мудрость утверждает: «Конец – делу венец». Поэтому убедительное и яркое заключение оставит хорошее впечатление от всей речи, неудачное – погубит даже неплохое выступление.

В **средней части** излагается основной материал, последовательно разъясняются выдвинутые положения, аргументируется и доказывается их правильность, анализируются примеры, таким образом, слушатели подводятся к необходимым выводам. Материал должен располагаться в логической последовательности, изложение не должно быть слишком затянутым, детализированным. Здесь нужно стремиться к яркости, наглядности, время от времени проявлять эмоцию, желание действовать в определенном направлении.

Работая над своим выступлением, учтите следующие рекомендации:

- Будьте последовательны в своей речи. Не переходите к следующему пункту выступления, пока не разъясните предыдущий.
- Начинайте выступление с наиболее существенных положений.
- Не повторяйтесь. Многократное возвращение к недосказанному производит крайне неблагоприятное впечатление. Если считаете необходимым повторить сказанное, дайте понять, что Вы это делаете намеренно.
- Не отвлекайтесь на посторонние, малозначимые для сути дела проблемы, факты, сведения, примеры и т.п.

- Следуйте принципу *усиления*, суть которого заключается в том, что значимость и убедительность аргументов постепенно нарастают, самые сильные доводы используются в конце рассуждения.

8.5. Доказательность и убедительность речи.

Основные виды аргументов

Ораторские выступления относятся к убеждающим жанрам. Речь должна быть доказательной, а суждения и положения – убедительными. Как же достичь этого?

Во-первых, необходимо *отбирать и уточнять содержательный материал в зависимости от интересов аудитории*. Очевидно, что статистические данные о состоянии преступности в нашей стране вызовут более живой интерес в аудитории и специалистов, нежели в аудитории, например, менеджеров.

Во-вторых, нужно *представить проблему*, т.е. описать истоки и противоречия, породившие ее. Это позволит аудитории глубже осмыслить происходящее и сделать прогноз на будущее.

В-третьих, выступающий должен *сформулировать спорный вопрос*, чтобы потом последовательно и аргументировано доказывать свою точку зрения.

В-четвертых, надо *сформулировать главную мысль (тезис)*.

ТЕЗИС – «*Что доказываем?*» – мысль или положение, истинность которого требуется доказать.

При построении логического доказательства необходимо знать и соблюдать **правила выдвижения тезиса**:

1. *тезис нужно четко сформулировать* и постараться, чтобы партнер уловил личностную значимость суждений. В ином случае не возникнет желания вникать в его обоснование. Например, необходимость указывать индекс на почтовом отправлении можно сформулировать так: «Написание индекса отделения связи необходимо для ускорения доставки корреспонденции». Но гораздо более действенным будет другое обоснование: «С индексом ваше письмо дойдет в два раза быстрее!»;

2. *тезис должен оставаться неизменным* в ходе доказательства и не содержать в себе логических противоречий.

В-пятых, Вы должны *привести систему аргументации*.

В логическом плане **аргументация** выступает как *процедура отыскания основания* (доводов) для тезиса, выражающего определенную точку зрения.

АРГУМЕНТ – «*Чем доказываем?*» – положение, с помощью которого обосновывается тезис, это логический довод, истинность которого проверена и доказана практикой. Аргумент является необходимой частью всякого доказательства.

Требования к аргументам:

- они должны *иметь непосредственное отношение к тезису*;
- быть *истинными*, т.е. доказанными заранее;
- быть *обоснованы* независимо от тезиса;
- быть *достаточными* для получения вывода.

Типы аргументов апеллируют к:

Логические аргументы:

- к цифрам, фактам, событиям;
- к ранее доказанным законам науки, аксиомам и постулатам, основным понятиям конкретных областей знаний;
- к законам, документам;
- к личному или историческому опыту;
- к здравому смыслу;
- к мнению, суждению очевидцев, свидетелей;
- к авторитетному мнению;

– аргументы к прогрессу, изменениям.

Аргументы к этическим нормам:

– к образцу или антиобразцу;

– к норме;

– к основным потребностям: к утверждению своей личности, к репутации; к завоеванию власти, к экономическим интересам, к физическому благополучию, к пользе;

– к долгу, ответственности.

Психологические аргументы:

– к чувствам: жалости, милосердию, состраданию, великодушию, почтению;

– к безопасности;

– к тщеславию;

– к народному единодушию;

– к настроению;

– к симпатиям;

– к чертам характера человека.

Используя психологические доводы, не следует, однако, забывать, что «риторическая этика запрещает говорящему обращаться к наиболее низменным чувствам, а также к эмоциям, способным породить открытые общественные конфликты (Романчук С.И. Русский язык и культура речи. Пособие по развитию устной и письменной речи. Учебно-методическое пособие. – М., 2003, С. 77–78).

Сюда относятся злоба, жадность, зависть, ненависть к другим людям, малодушие, агрессивность и т.п.».

ДЕМОНСТРАЦИЯ, или способ доказательства, – «*Как доказываем?*» – совокупность умозаключений, которые применяются при выведении тезиса из аргументов.

Для аудитории специалистов, привыкших к теоретическому обоснованию суждений, больше подойдет **дедукция** (Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика. Учебное пособие. Ч.1. – Волгоград, 1998. С. 157).

При этом методе выдвигается какое-то общее положение и под него подводится частный случай, затем делается вывод *от общего к частному*.

1 посылка: То, что я не потерял, я имею.

2 посылка: Рога я не потерял.

Вывод: Я имею рога.

Рассуждение «от фактов», *от частного к общему* – это **индукция**. Этот метод считается убедительным, однако он носит вероятностный характер, т.к. подчас бывает сложно охватить весь спектр фактов, относящихся к данному явлению. Приведем пример:

1 посылка: В фирме А бухгалтер работает по совместительству.

2 посылка: В фирме В бухгалтер работает по совместительству.

3 посылка: В фирме С бухгалтер работает по совместительству.

4 посылка: В фирме D бухгалтер работает по совместительству.

Вывод: Все бухгалтеры фирм работают по совместительству.

Если у Вас нет возможности проанализировать все необходимые посылки, то лучше воспользоваться методом **аналогии** – *сопоставлением* нескольких явлений. Это достаточно внушительный для иных слушателей метод, хотя и самый нестрогий с точки зрения логики способ обоснования утверждения. Его можно проводить, только если сопоставляемые явления сходны в самых существенных признаках. Этим методом пользуются, например, врачи или близкие люди, чтобы убедить в чем-то больного с «помощью такого же случая», к этому методу прибегают в отдельных случаях рекламные агентства (реклама лекарств, пищевых продуктов, когда утверждается, что определенный товар подходит кому-то, следовательно, он необходим и Вам), руководители, желающие с

помощью положительного или отрицательного примера повысить производительность труда у коллег, и т.д. Аргументация «на примерах» популярна и в политике.

Иногда говорящий испытывает искушение использовать все имеющиеся аргументы для убеждения партнера. Но чем больше не значит тем лучше! Эту особенность восприятия подметили еще восточные мудрецы: «*Ты говорил, и я верил. Ты повторил, и я усомнился. Ты продолжал, и я перестал слушать*». Поэтому, как говорится, все хорошо в меру.

Для того чтобы речь оратора была правильной и доказательной, ему необходимо опираться на основные логические законы.

Закон достаточного основания. Суть этого закона заключается в том, что всякая мысль должна быть обоснована другими умозаключениями, истинность которых проверена практикой.

Закон тождества заключается в том, что каждая мысль в процессе рассуждения сохраняет одно и то же определенное содержание.

Закон исключенного третьего гласит, что две противоречащие мысли об одном и том же предмете не могут быть одновременно истинными или ложными: одна из них истинна, другая ложна. Третьего не дано.

Различают доказательство **прямое**, при котором *тезис* обосновывается аргументами без помощи дополнительных построений, и **косвенное**, предполагающее обоснование истинности тезиса посредством опровержения противоречащего положения – *антитезиса*. Из ложности антитезиса на основании закона исключенного третьего делается заключение об истинности тезиса.

Вот, например, как ориентировался на интересы населения один политический деятель. Во время предвыборной кампании у него было четыре вида рекламных буклетов: для женщин, молодежи, мужчин и колхозников. На всех буклетах – разные фотографии претендента. Специалисты подбирали

тот имидж, который импонирует соответствующей части населения. На каждом буклете по-разному сформулировано главное направление деятельности кандидата. Например, на обложке для крестьян – «Справедливость и порядок»; на обложке для молодежи – «Европа, независимость, будущее».

Различались и доводы, с которыми обращался кандидат к разным социальным группам. В листовках для женщин упоминалось его желание, чтобы их «сыновья, мужья и братья не проливали кровь на чужбине» (Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2002).

При нарушении доказательства возникают **логические ошибки**, самой распространенной из которых является «*подмена тезиса*». Суть ее заключается в том, что доказывается или опровергается не тот тезис, который был выдвинут первоначально. Такая ошибка может быть непреднамеренной, но может быть и специально использована, чтобы поставить оппонента в неловкое положение.

Основными ошибками, относящимися к аргументации, являются следующие: «*ложное основание*» (если тезис обосновывается ложными суждениями, которые выдаются за истинные); «*предвосхищение основания*» (если в качестве аргумента выдвигается недоказанное положение); «*порочный круг*» (когда тезис обосновывается аргументами, а аргументы выводятся из этого же тезиса).

Логические ошибки бывают *непреднамеренными* и *намеренными*. Ошибки первого рода чаще возникают из-за отсутствия у человека логической культуры, навыков ведения публичного спора, вследствие излишней горячности, эмоциональности во время обсуждения. Намеренные ошибки – это сознательно допускаемые ошибки, логические уловки. Такого рода ошибки называются *софизмами*. Цель их – сделать противника уязвимым, привести его в наибольшее затруднение.

Типичными бывают ситуации, когда необходимо убедить оппонента в необходимости какого-либо действия, доказать свою точку зрения, склонить его (их) к определенным поступкам. Прибегая к процессу убеждения, мы с той или иной степенью жестокости

посягаем на позицию, установку собеседника. Следовательно, прямо или косвенно мы внедряем в его сознание мысль: «Ты не прав», «Ты не понимаешь», «Ты заблуждаешься». От того, как тонко, в достаточной мере деликатно мы делаем это, зависит не только успех переговоров, дискуссии, выяснения бытовых отношений, но и перспективы межличностного взаимодействия в будущем.

Вести аргументацию **корректно** значит:

- признавать правоту собеседника, когда он прав (это дает вам право ожидать и требовать такого же поведения от оппонента и не нарушает этики);
- оперировать только теми аргументами, которые приняты собеседником;
- избегать пустых фраз.

Всячески подчеркивайте свое уважение к партнеру. Это исключит возможность обвинить вас в отсутствии позитивного подхода и придаст процессу большую объективность.

8.6. Запоминание и произнесение речи

Оратор должен **произносить речь наизусть**, т.к. слушатели плохо воспринимают чтение текста с листа. Иногда приходится заучивать текст выступления, и это бывает оправдано, когда приходится выступать с убеждающей речью на митинге, с приветствием на торжественном мероприятии. Заучивать можно небольшую по объему речь. Если же речь большая (лекция, доклад), то выучить ее на память удастся не каждому, и тут могут возникнуть проблемы при воспроизведении: сильное волнение, шум в зале.

Сбившись, оратор не всегда может продолжить заученную речь. Многие опытные ораторы советуют выступать с *опорой на текст*: выделить основные смысловые части; подчеркнуть основные мысли; выделить фактический материал (фамилии, статистические данные, цитаты). Таким текстом легко будет пользоваться во время выступления, и само выступление создаст впечатление свободного владения материалом, даст возможность оратору свободно общаться со слушателями.

Не всегда у оратора есть возможность для предварительной подготовки выступления, и тогда приходится создавать речь в момент ее произнесения. Импровизированное выступление, как правило, хорошо воспринимается аудиторией, устанавливается непосредственный контакт со слушателями.

Однако из-за неотработанности речь может быть не совсем гладкой, оратор не всегда успевает уложиться в отведенное время, некоторые вопросы остаются неосвещенными. «Творить речь» на глазах у слушателей – это высокое мастерство, результат долгой и кропотливой работы, показатель опыта и теоретической подготовленности оратора.

Следует помнить, что *чрезвычайно действенным инструментом оратора является его голос*. Рассказывают, что Уинстон Черчилль, выдающийся политический деятель и прекрасный оратор, очень тщательно готовился к каждому своему выступлению. Он по нескольку раз прочитывал готовый текст речи и делал пометки на полях, которые способствовали бы эффективному воздействию его слов на слушающих. Так, в одной из рукописей на полях была сделана следующая пометка: «Здесь следует повысить голос: аргументов не хватает!»

Примем во внимание этот пример и проанализируем, что нужно сделать, чтобы научиться эффективно владеть этим «оружием». Прежде всего, надо определить недостатки и достоинства своего голоса, а затем научиться выразительному чтению, что предполагает хорошую дикцию, средний темп говорения, умение ставить логические ударения и делать логические паузы, уметь варьировать диапазоны высоты голоса, применять разнообразные интонации.

Сведем рекомендации специалистов к следующим правилам произнесения речи:

- речь должна быть правильной во всех ее аспектах;
- надо избегать монотонности; придерживаться среднего темпа речи;

- говорить необходимо достаточно громко, чтобы все присутствующие могли хорошо слышать оратора.

Существуют **типичные недостатки ораторской речи**.

Обратим на них внимание.

Бедность словаря. Небольшое количество слов, которыми пользуется выступающий, постоянные их повторы действуют удручающе и свидетельствуют о его слабой образованности и низком интеллектуальном уровне. В речи должны содержаться синонимы, красочные обороты, сравнения.

Стилевое несоответствие. Следует помнить, что о предметах разного духовно-нравственного достоинства нужно говорить, используя разные стили: о важных делах нельзя говорить низким стилем, о печальных – веселым. Чем достойнее предмет речи, тем больше в ней должно быть высоких, торжественных слов. Жаргонных, просторечных слов вообще нельзя употреблять в ораторской речи.

Кроме того, не следует говорить слишком напыщенно или слащаво, что делает речь неестественной.

Длинноты. Слишком длинные замысловатые рассуждения подлежат сокращению, а сложные предложения разбиваются на 2-3 предложения.

Излишняя краткость. Опуская какую-то информацию или что-то недоговаривая, оратор делает свое выступление не совсем понятным. Говорить нужно не так, чтобы вас *могли понять*, а так, чтобы вас *не могли не понять*. Следует избегать употребления малоизвестных слов, узкоспециальных терминов, устаревших слов.

Моменты неблагозвучия. Необходимо избегать многочисленных звуковых заполнителей пауз (слов-паразитов) типа э-э- э-э...м-м-м-м...как это?...как его?... и др., а также неблагозвучных аллитераций – повторений согласного (*Министр встретился с высокопоставленными представителями...*).

6.7. Контакт с аудиторией.

Этика и эстетика ораторского выступления

Важнейшее условие эффективности ораторской речи – это *контакт со слушателями*.

На его **установление**, несомненно, влияют, прежде всего, актуальность обсуждаемой проблемы, новизна в освещении данного вопроса. Опытные ораторы никогда не высказывают важных идей в начале выступления, поскольку знают, что на этой стадии аудитория еще только привыкает к выступающему. Иногда оратор нужно сделать спорное заявление, чтобы вызвать интерес слушателей.

Для установления контакта необходимо эмоциональное сопереживание, т.е. оратор и присутствующие в аудитории должны испытывать сходные чувства по отношению к предмету речи, и выступающий должен «заразить» аудиторию своей заинтересованностью и эмоциональностью.

На установление контакта влияют и некоторые особенности психологии слушателей. Важно, чтобы они почувствовали уверенность в поведении оратора, увидели спокойствие и достоинство на его лице, услышали твердость и решительность в голосе. Чем более уверен и внутренне спокоен выступающий, тем больше доверия будет проявлять к нему публика.

Особенностью психологии слушателей является и то, что они одновременно являются и *зрителями*. Поэтому все аспекты внешнего облика выступающего становятся предметом пристального внимания. Надлежащие *манеры* оратора имеют более существенное значение, чем даже его внешний вид.

Слушатели предъявляют к выступающему особые требования:

они предоставили ему главную роль – оратор должен с этим считаться. Если он держит себя нерешительно, безразлично и как бы извиняясь за свою миссию, чувство ожидания у слушателей мгновенно сменится разочарованием и досадой.

Слушателям далеко не безразлично, *смотрит* ли оратор на аудиторию, как в пустое пространство, или же создается впечатление, что он обращается ко всем и к каждому. В правильной *позе* должны сочетаться непринужденность осанки и легкость движений. *Жесты* должны отвечать своему назначению: их количество и интенсивность должны соответствовать характеру речи и аудитории.

Психологи подчеркивают, что необходимым условием возникновения контакта между оратором и аудиторией является искреннее уважение к слушателям, признание в них партнеров по общению, доброжелательность и профессионализм.

Доброжелательность исключает такие формы речевого поведения, как агрессивность в ее различных проявлениях (упреки, угрозы, оскорбления) и демагогия (ложь). Аудитория чутко улавливает, пришел ли лектор «поучить», «осчастливить», «открыть глаза» или он представляет заботы и запросы сидящих в зале и обращается как бы к каждому лично.

Профессиональное отношение «предполагает умение работать с любой аудиторией: и с той, которая настроена доброжелательно, и с той, которая настроена агрессивно, и с той, которая высказывает безразличие к оратору» (Русский язык и культура речи. / Под ред. проф. Максимова В.И. М., 2002. С. 109).

Выступление оратора – его профессиональная деятельность, и он должен руководствоваться интересами дела, подчиняя ему свои чувства и эмоции.

Внешне контакт проявляется в поведении публики.

Главные показатели взаимопонимания между говорящим и слушающими – положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей: их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, согласные кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты. Уверенное и естественное поведение самого оратора также есть показатель контакта с аудиторией.

Установить контакт с аудиторией – очень важно, но этого, увы, мало. Гораздо сложнее поддерживать это внимание на протяжении всего выступления: как бы оно интересно ни было, внимание со временем притупляется, и человек перестает слушать. Выступающему необходимо иметь в своем арсенале различные **приемы управления аудиторией** и заранее планировать их. К ним относятся:

- прямое требование внимания;
- голосовые приемы (вспомните пример с У.Черчиллем);
- прерывание речи, создание некоторой паузы;
- обращение к слушателям с неожиданным вопросом;
- драматизация речи (эмоциональное и наглядное изображение относящихся к теме событий);
- так называемый вопросно-ответный ход (оратор ставит вопрос и сам на него отвечает, как бы вслух рассуждает и спорит, выдвигает сомнения и приходит к определенным выводам).
- оживляют выступления примеры из художественной литературы, пословицы, поговорки, фразеологические выражения;
- опытные ораторы в серьезную по содержанию речь вводят элементы юмора, каламбуры, анекдоты.

Хочется еще раз вернуться к мысли о том, что любому выступлению должно быть чуждо менторство в худшем смысле этого слова, излишняя назидательность, безапелляционность заявлений, неуважительность к оппоненту или аудитории, ханжество и грубость. Тот, кто не может избавиться от этих недостатков, не имеет морального права нести свое слово в массы.

Чтобы достичь успеха, следует помнить о следующих правилах.

1. Надо опровергать мнение, точку зрения, взгляды оппонента, а не его личные качества, пристрастия, образ жизни жизнь.
2. Обращение к чувствам аудитории не должно перерасти в манипулирование ею.

3. Не следует отождествлять взгляды человека со взглядами той группы, к которой он принадлежит (совсем не обязательно, что они полностью совпадают).
4. Нельзя искажать мнения оппонентов. Будьте скрупулезно точны при цитировании.
5. Не бравировать личными качествами, не преувеличивайте свою роль в каких-либо событиях, совместной деятельности и т.д.
6. Защищая свою точку зрения, доказывайте и обосновывайте. Всегда вызывают возражения фразы типа: « ясно, как божий день, что»; «конечно, мне незачем вам говорить, что»; «ни один человек в здравом уме не будет отрицать, что»; «я вас могу заверить в том, что...».

Нам очень часто приходится сталкиваться с примерами монологических высказываний. И особое удовлетворение мы получаем тогда, когда, кроме новых знаний, получаем и еще поистине эстетическое наслаждение от того, как человек владеет **Искусством** слова. Чтобы им овладеть, надо знать и уметь пользоваться **коммуникативными качествами** речи, которым относятся следующие.

ТОЧНОСТЬ РЕЧИ обеспечивается:

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

Точность речи может быть предметной и понятийной (коммуникативной). *Предметная точность* обеспечивается тогда, когда говорящий хорошо разбирается в предмете, о котором идет речь. *Точность понятийная* – это высочайший уровень владения словом, когда говорящий находит наиболее точное соответствие конкретного предмета используемым словам, когда он для обозначения предмета может подобрать множество понятий (здесь большое значение имеет синонимия), умеет по-разному рассмотреть его в зависимости от личности адресата речи и ситуации общения.

А.С. Пушкин говорил: «Точность и краткость – вот первые достоинства прозы».

Лаконизм – краткость и четкость в изложении мысли -достоинство, которым обладает далеко не каждый. Антон Павлович Чехов приравнивал его к таланту («*Краткость – сестра таланта*»), а Алексей Максимович Горький отмечал: «...*Крайне трудно найти точные слова и поставить их так, чтобы немногим было сказано много, «чтобы словам было тесно, а мыслям – просторно*»¹. Иным носителям языка подобная задача становится не под силу, и тогда их беспомощность проявляется в речевой избыточности – **многословии**. На это явление как на большое зло неоднократно обращали внимание ученые, писатели.

ПОНЯТНОСТЬ РЕЧИ связана с эффективностью русского слова. Понятность определяется, прежде всего, отбором речевых средств путем удаления из речи профессионализмов, диалектной лексики, жаргонизмов, терминов. (Горький М. Собр. соч. в 30 т. – М., 1953. Т. 24. С. 490).

Употребление в речи иноязычной лексики должно быть строго мотивировано, и, конечно же, говорящий должен точно знать их значение.

В процессе общения людям часто приходится разъяснять, как следует понять то, что обсуждается, уточнять, какой смысл имеет то или иное слово, выражение.

Речевая практика выработала несколько способов объяснения слов. Наиболее рациональным способом толкования слов считается *логическое определение*, т.е. определение понятия через ближайший род и видовое отличие. Распространенным является *синонимический способ*, т.е. объяснение с помощью слов, различных по звучанию, но именующих общее значение. Довольно часто применяют *описательный способ*, при котором его смысл передается посредством описания самого предмета, понятия, явления. Поясняя значение слова, иногда хорошо обратиться к его *этимологии* (происхождению).

ЧИСТОТА РЕЧИ – отсутствие в ней *лишних слов, слов-сорняков, слов-паразитов*, которые становятся таковыми из-за частого и неуместного их употребления. Эти слова не

несут никакой смысловой нагрузки, а просто засоряют речь, затрудняя ее восприятие, отвлекают внимание от содержания высказывания. Подобные слова появляются в нашей речи по многим причинам: это и волнение во время говорения, и неумение мыслить публично, подбирать нужные слова для оформления своих мыслей, и, конечно, бедность словарного запаса.

БОГАТСТВО И РАЗНООБРАЗИЕ РЕЧИ будет зависеть от того, каков у человека словарный запас (по подсчетам специалистов, словарный запас образованного человека может составлять до 10 тысяч слов).

Для сравнения можно привести такие цифры: А.С. Пушкин употребил в своих произведениях и письмах более 21 тысячи слов; С. Есенин – 18890, Сервантес – около 17 тысяч слов, Н.В. Гоголь («Мертвые души») – 10 тысяч слов.

Богатство языка определяется и смысловой насыщенностью слова, т.е. его **многозначностью**. Не забудем еще раз подчеркнуть, что русский язык богат **синонимами, антонимами**, которые делают речь красочнее, разнообразнее, позволяют образно выразить мысль: синонимы могут придавать разный оттенок смысла: *способный – талантливый – гениальный*;

антонимы часто выполняют стилистическую функцию создания контраста.

ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ РЕЧИ усиливает ее эффективность. Ученые считают, что выразительность может создаваться средствами языка всех его уровней. Позволяют говорящему сделать речь образной, эмоциональной специальные художественные приемы, изобразительные и выразительные средства языка (тропы и фигуры), а также пословицы, поговорки, фразеологические выражения, крылатые слова, потому что они *апеллируют к миру чувств и эмоций аудитории*. В конфликтной ситуации чаша весов часто склоняется в пользу того, кто сумел овладеть эмоциями и чувствами аудитории.

Перечислим наиболее распространенные средства языка, используемые в речи.

Антитеза (от греч. *antithesis* – противоположение) строится на основе противопоставления, контраста; лексическая основа – антонимия. Противопоставленные понятия лучше выявляют свою специфику на фоне друг друга: *«Легко подружиться, тяжело разлучиться»*; *«Умный научит, дурак наскучит»*.

Аллегория – конкретное изображение предмета или явления, заменяющее абстрактное понятие или мысль. В русской классической литературе распространенный прием в сатирических произведениях (например, аллегорические фамилии таких персонажей, как *Скалозуб, Молчалин, Собакевич* и т.д.).

Вопросно-ответное единство – способ диалогизации текста. Информация, оформленная в виде вопросно-ответного единства, актуализируется: *«В чем заключалась красота его научного мировоззрения?... В его научном методе, научном подходе к проблемам всегда ощущалось нравственное начало»* (Д.С. Лихачев).

Гипербола (от греч. *hyperbole* – преувеличение) – заключается в количественном усилении интенсивности свойств (признаков) предмета, явления, процесса: *Напугал до смерти; Сто раз слышал; Тысяча извинений! Посмотрит рублем подарит. «Все флаги в гости будут к нам»*.

Градация – интонационно-синтаксический ряд, члены которого постепенно увеличивают нужный автору смысл:

«Сила же общественного познания в том, что оно примиряет всех людей, оно не оставляет места для национальной исключительности, для европоцентризма, для азиоцентризма, для обедняющего человеческую культуру превознесения одних эпох перед другими (например, Ренессанса над средневековьем), одного народа над другими и проч.» (Д.С. Лихачев).

Инверсия – расположение слов в предложении в ином порядке (обратном), чем установлено нормами грамматики: *«Твоих оград узор чугунный»*.

Каламбур (фр. *calembour*) – игра слов, намеренное соединение в одном контексте двух значений одного и того же слова или использование сходства в звучании разных слов с

целью создания комического эффекта. В каламбуре может использоваться полисемия (многозначность), омонимия, синонимия. «*В ее твореньях красок нет, А на лице их слишком много*» (Вяземский).

Метафора (от греч. *metaphora* – перенесение) – представляет собой перенос наименования на основе сходства: «Собакевич был настоящий *медведь*» (Н.В. Гоголь).

Метонимия – состоит в переносе имени с одного предмета или лица на другие, которые ассоциируются по сходности: Вся *деревня* (все население деревни) над ним смеялась.

Многосоюзие. Многократно повторяющийся союз усиливает значение каждого компонента конструкции: «Так и Анна Михайловна: она никогда не была во главе Сектора фольклора – ни в Институте этнографии АН СССР, ни в Институте русской литературы ЛИ СССР, но она и аспирантов воспитывала, и мешки для песка во время блокады шила, и об архиве заботилась, и гостеприимство оказывала, и свои капитальные труды писала...» (Д.С. Лихачев).

Оксюморон – сочетание противоположных по значению слов: «Но *красоты их безобразной* я скоро таинства постиг».

Олицетворение – состоит в том, что при описании животные и предметы наделяются человеческими мыслями, чувствами, речью: «И звезда с звездой *говорит*» (М.Ю. Лермонтов).

Перифраза – описательный оборот вместо слова или словосочетания: *Город на Неве* – Петербург.

Подхват (повтор) – повторение в начале следующей конструкции слов, стоящих в конце предшествующей конструкции. Этим достигается актуализация, усиление смысла повторяемого слова и всей конструкции в целом: «Я действительно очень *устал*. *Устал* от тяжелых, напряженнейших матчей, от длительных, утомительных перелетов, от смены часовых поясов, постоянного психологического напряжения и просто от всего, что вокруг» (*Огонек*. 1997. №46).

Риторический вопрос – предложение, по форме построенное как вопросительное, но по цели высказывания являющееся повествовательным: «*Но, если вы свободны по рождению, зачем вы подставляете шею рабству? Зачем вы помогаете нашим рабовладельцам?*» (А.И. Солженицын).

Синтаксический параллелизм – сходное построение смежных предложений, благодаря чему они выделяются на общем фоне текста: «Он был красив *своим отношением к людям, своей манерой поведения*, но он был красив *и своими научными взглядами, своим научным мировоззрением*» (Д.С. Лихачев).

Сравнение – сопоставление явлений, уподобление одного предмета, лица, события другому предмету, лицу, событию на основе выявления общего признака, который благодаря сравнению выходит на первый план: «*Гарун бежал быстрее лани, Быстрей, чем заяц от орла*» (М.Ю. Лермонтов). Выражается сравнительным оборотом, конструкцией «глагол + существительное в творительном падеже».

Эпитет (от греч. *epitheton*, букв. – приложенное, прибавленное). В узком понимании эпитет – это образное определение (прилагательное в переносном значении). Текст, насыщенный эпитетами, очень выразителен: «...и *юный* град... вознесся *пышно, горделиво*» (А.С. Пушкин).

ЛОГИЧНОСТЬ РЕЧИ – ее структурно-смысловое качество, означающее организованность высказывания в соответствии с законами логики и композиционной оптимальности.

Логичность – это умение должным образом организовать последовательность текста, раскрытие проблемы или движение сюжета по схеме: а) введение (вступление) – 1\2 часть общего объема; б) развитие мысли в ходе основного рассуждения – 5\6 текста и в) заключение, сводящее воедино основные итоги.

В конце обычно формулируется вывод или призыв, ради которого произносилась речь.

Логичен текст, предложения которого строятся в соответствии с числом Ингве-Миллера: 7+/- 2. Именно столько слов должно быть во фразе. Когда их меньше, возникает ненужная дробность, увеличение приводит к затруднению смыслового восприятия.

Наиболее частые логические ошибки в речи.

1. Излишне дробный текст или, наоборот, нагромождение чересчур длинных предложений, смысл которых теряется по мере чтения или произнесения придаточных конструкций.

2. Синтаксическая несогласованность фраз, нередко как результат неверного оформления перечней: «Праздничный костер, на который соберут весь хворост с улицы и пригласят ветеранов» (объявление). Причиной нелогичности высказывания, искажения смысла является смешение неоднородных понятий, которые не могут быть однородными членами предложения. Например, в другом рекламном объявлении читаем:

«Гарантируем полное излечение алкоголиков и других заболеваний».

3. Смысловые искажения могут возникнуть из-за внесения в речь анафорических местоимений: «У ивы стояла девушка, она покачивалась и скрипела от ветра».

4. Проявление двусмысленности исключает понимание; в подобных случаях, как правило, используется нежелательная омонимия: «Пою мое отечество» – заявляет ... продавщица пивного ларька.

Логические ошибки – большое зло. Они не только порождают неточность в речи, но и ведут к абсурдности, неуместному комизму. Например, если поверить рекламе одного чудодейственного средства: «Фирма гарантирует уменьшение веса на сто процентов», тогда во что же превратится клиент?!

Нарушение логики – это, прежде всего, неоправданность внутренних ожиданий. Первый закон логики – закон тождества – гласит, что всякая мысль имеет одно содержание, будучи взятой в конкретном месте и в конкретном отношении.

6.8. Требования, предъявляемые к речи выступающего

1. Владение орфоэпическими нормами (четкое произношение каждого звука, каждого слова, каждой фразы, правильная постановка ударения, безукоризненное произношение звуков и прочее), ритмико-интонационными средствами языка и безукоризненное знание грамматики русского языка.

2. Владение коммуникативными качествами речи.

3. Логичность и речи.

4. Выразительность речи.

5. Хорошее выступление – выступление цельное в ритмико-интонационном отношении. Но в то же время внутри этого единого ритмико-интонационного целого должно быть разнообразие. Монотонность притупляет внимание, однообразие ритма и интонации отрицательно сказывается на восприятии.

Поэтому хорошая воздействующая речь выдержана в определенной стилевой манере от начала до конца, что делает этот текст цельным и целым. В то же время единая стилевая манера предполагает элементы разнообразия: увеличение или замедление темпа, разнообразные интонационные контуры. Поэтому написанные при подготовке отрезки текста следует обязательно прочитывать вслух, по крайней мере – проговаривать «про себя». Именно интонация, ритм речи подскажут, где ограничить объем конструкции или, наоборот, увеличить его, где переставить слова и т.п. Подчеркнем: говоря о лексике и синтаксисе, мы подразумеваем в данном случае благозвучность текста, гармонию ритма, а не контактоустанавливающие особенности, о которых говорилось выше.

Литература:

- 1. Аннушкин В.И. Риторика Экспресс-курс. Учебное пособие. М., 2007.
- 2. Безменова Н. А. Очерки по истории и теории риторики. М., 1991.

- 3. Михальская А. К. Основы риторики: Мысль и слово. – М., 1996.
- 4. Мурашов А.А. Педагогическая риторика. – М.: Педагогическое общество России, 2001. – 480 с.
- 5. Панов М. И. Риторика от античности до наших дней // Антология русской риторики. – М., 1997.

Список основной литературы:

1. Русский язык и культура речи: Учебник / О.Я.Гойхман, Л.М.Гончарова и др. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 240 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=227832>
2. Русский язык и культура речи: Учебное пособие / О.Ю.Машина. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2011. - 168 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=230662>
3. Теоретические основы и методика филологического образования младших школьников [Электронный ресурс]: учеб.пособие / Н.В.Багичева, М.Л.Кусова, Е.И.Плотникова и др. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406211>
4. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник [Электронный ресурс] / под ред. Л.Ю.Иванова, А.П.Сковородникова, Е.Н.Ширяева и др. - М.: Флинта, 2011. - 840 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454159>
5. Нормы русского литературного языка: Учебное пособие по культуре речи / Л.А.Константинова, Л.В.Ефремова, Н.Н.Захарова. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 168 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=217298>
6. Русский язык и культура речи. Нормы современного русского литературного языка [Электронный ресурс]: учеб.пособие для переводчиков / М.Н.Есакова, Ю.Н.Кольцова, Г.М.Литвинова. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. - 280 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455174>
7. Русский язык и культура речи: история, теория, практика: Учеб.пособие / Б.Р.Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2009. - 267 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=149899>
8. Трудности русского языка [Электронный ресурс]: словарь-справочник / В.Н.Вакуров, Л.И.Рахманова, И.В.Толстой. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. - 608 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454856>
9. Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты [Электронный ресурс] / под ред. А.П.Сковородникова. - М.: ФЛИНТА, 2011. - 480 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454610>
10. Этимологический словарь современного русского языка. [Электронный ресурс]: в 2 т. / сост. А.К.Шапошников. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 584 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=409475>
11. Деловое общение: Учебник для вузов / П.И.Сидоров, М.Е.Путин, И.А.Коноплева. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 384 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=196235>
12. Русский язык и культура речи: учеб.пособие / Е.П.Буторина, С.М.Евграфова. - М.: Форум, 2009. - 295 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=148732>
13. Русский язык и культура речи: Учебник / О.Я.Гойхман, Л.М.Гончарова и др. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 240 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=227832>
14. Русский язык и культура речи: Учебное пособие / О.Ю.Машина. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2011. - 168 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=230662>
15. Теоретические основы и методика филологического образования младших школьников [Электронный ресурс]: учеб.пособие / Н.В.Багичева, М.Л.Кусова, Е.И.Плотникова и др. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406211>

Список дополнительной литературы:

1. Русский язык и культура речи: учеб.пособие / Е.П.Буторина, С.М.Евграфова. - М.: Форум, 2009. - 295 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=148732>
2. Теоретические основы и методика филологического образования младших школьников [Электронный ресурс]: учеб.пособие / Н.В.Багичева, М.Л.Кусова, Е.И.Плотникова и др. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406211>
3. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник [Электронный ресурс] / под ред. Л.Ю.Иванова, А.П.Сковородникова, Е.Н.Ширяева и др. - М.: Флинта, 2011. - 840 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454159>
4. Нормы русского литературного языка: Учебное пособие по культуре речи / Л.А.Константинова, Л.В.Ефремова, Н.Н.Захарова. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 168 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=217298>
5. Русский язык и культура речи. Нормы современного русского литературного языка [Электронный ресурс]: учеб.пособие для переводчиков / М.Н.Есакова, Ю.Н.Кольцова, Г.М.Литвинова. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. - 280 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455174>
6. Русский язык и культура речи: история, теория, практика: Учеб.пособие / Б.Р.Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2009. - 267 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=149899>
7. Стилистика русского языка и культура речи: Учебное пособие для вузов. Издательство: Издательство Московского государственного открытого университета, 2010. - 124 с. <http://www.knigafund.ru/books/148903>
8. Трудности русского языка [Электронный ресурс]: словарь-справочник / В.Н.Вакуров, Л.И.Рахманова, И.В.Толстой. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. - 608 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454856>
9. Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты [Электронный ресурс] / под ред. А.П.Сковородникова. - М.: ФЛИНТА, 2011. - 480 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454610>
Этимологический словарь современного русского языка. [Электронный ресурс]: в 2 т. / сост. А.К.Шапошников. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 584 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=409475>