

**В.Н. Смаль**

# **РИТОРИКА**

практикум

Брест  
БрГУ имени А.С. Пушкина

2016

УДК 82.085 (075.8)  
ББК 83.7 я 73

*Рецензенты:*

кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой  
белорусской литературы УО «Гродненский государственный университет  
имени Янки Купалы»

**Д.Н. Лебедев**

доктор филологических наук, профессор кафедры белорусского и русского  
языка с методикой преподавания УО «Брестский государственный  
университет имени А.С. Пушкина»

**В.И. Сенкевич**

**Смаль, В.Н.**

Риторика : практикум / В.Н. Смаль ; Брест. гос. ун-т  
им. А.С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2016. – 83 с.

В практикуме изложен лекционный и вспомогательный материал, в том числе тестовые задания по дисциплине «Риторика». Пособие позволяет обобщить, систематизировать и проверить знания по основным проблемам риторического мастерства.

Издание адресовано студентам и преподавателям высших учебных заведений, всем изучающим риторику.

# РИТОРИКА КАК НАУКА И ИСКУССТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ

## План

1. Сущность понятия «риторика».
2. Устное речевое общение.
3. История риторики.
4. Эффективная речь.
5. Риторические законы.

В современном понимании риторика – это *наука*, изучающая оптимальные способы, механизмы речевого общения; *искусство* красноречия; учебная *дисциплина*, ориентирующая обучающихся на речевое самовыражение в устной и письменной формах в разнообразных областях (духовной, деловой, научной, педагогической, академической, политической, дипломатической, бытовой и др.).

Предметом современной риторики являются как монологические (презентации, выступления на митинге, актёрские монологи, поздравительные тосты, траурные речи, публичное чтение стихов), так и диалогические формы речевой коммуникации (беседы, переговоры, дебаты, спор, дискуссии, телефонные разговоры и др.); история риторической мысли; этический компонент речевого общения; ораторское мастерство.

Американский специалист в области риторики Поль Сопер в книге «Основы искусства речи: книга о науке убеждать» высказал мысль об универсальной социальной значимости слова: «Речь самым широким образом определяет личность. Она – в наши дни более, чем когда-либо прежде, – представляет собой главное средство, с помощью которого люди живут вместе и сотрудничают в местных, национальных и даже международных масштабах» [25, с. 6]. Действительно, в современном обществе, несмотря на его стремительную технологизацию, потребность в компетентной, контактной языковой личности, способной к эффективной речевой коммуникации, постоянно возрастает. В этом смысле решение проблемы речи как феномена психики, как универсальной системы декодирования мыслей, исследование вопросов речевого воздействия, вербальных и невербальных контактов способствует успешности адаптации в жизни.

Современному человеку крайне важно быть речевой личностью, непосредственно воздействующей на говорящего-слушающего, активно интегрировать языковую нравственность, нормативность и целесообразность речи в общество, тренировать самоконтроль, умение слушать, писать и говорить, практиковать речевую тактичность.

Устное речевое общение подразделяется на публичное и частное. Основной разновидностью публичной речи является ораторская речь (ораторское красноречие). Современные классификации выделяют академическое, судебное, социально-политическое, социально-бытовое и

богословско-церковное красноречие. Их изучает наука красноречия – риторика, названная преподавателем Киево-Могилянской духовной академии Феофаном Прокоповичем «царицей душ», «княгиней искусств». История мастерства публичной речи начинается с античности.

Античные мыслители (Протагор, Сократ, Платон и др.) с большим уважением относились к умению отстаивать своё мнение, считали, что «истина рождается в споре». В Древней Греции выделяли разные виды спора: диалектические беседы и софистические споры. С целью решения острых проблем, злободневных тем в древности использовали публичные диспуты, которые представляли собой совместные размышления, обсуждения вопросов и ответов. Наибольшую известность в древнем мире получила школа Исократы, ученики которой практиковались в составлении судебных речей, в умении полемизировать, защищать безнадёжные дела, аргументировать противоположные точки зрения. Выдающимися ораторами, мастерами публичной речи были греки Демосфен, Перикл, Эсхил, Сократ, Гиперид, Эсхин, Ликург Афинский, Фемистокл, Алкивиад.

Аристотель (IV в. до н.э.) считается создателем теории риторики. В книге «Риторика» он впервые определил необходимые качества речи – доступность, убедительность. Обучая красноречию учеников Платона в его Академическом саду, Аристотель определял риторику как искусство убеждения и управления поведением людей в обществе, в отличие от Платона и Сократа, утверждавших что риторика – это только «сноровка» [2, с. 34]. Аристотель разработал основные понятия, законы и принципы риторики. Так, понятие «речь» у него определялось тремя основными элементами: оратор – сообщение – аудитория. Собственно речи он подразделял на совещательные (одобряющие или отклоняющие), судебные (обвиняющие или оправдывающие), эпидейктические (порицающие или восхваляющие). По мнению Аристотеля, оратор должен хорошо владеть материалом, уметь доказывать, спорить, вызывать доверие. Аристотель считал, что в любом споре существуют общие приёмы исследования вопросов, общие положения, так называемые *топы*, на которые должны опираться спорящие стороны.

Ораторское искусство особого расцвета достигло в V в. до н.э. благодаря *софистам* (греч. *sophistes* – досл. мудрые). Софисты (Протагор, Горгий, Фрасимах и др.) за деньги обучали убеждать слушателей, опираясь не на истину, а на хитрость, ловкость, ложные умозаключения с нарушением законов логики. Не случайно среди софистов было популярным высказывание Протагора «О любом предмете можно высказать два суждения противоположных друг другу».

В Древнем Риме риторика стала искусством говорить не столько убедительно, сколько красиво (Марк Фабий Квинтилиан, Марк Антоний, Марк Туллий Цицерон и др.). Расцвет римского красноречия связан с деятельностью Цицерона (I век до н.э.), утверждавшего, что риторика – это практическая систематизация ораторского опыта, а хорошим оратором

может стать только человек, имеющий высокий уровень разносторонних знаний. Римский ритор Квинтилиан, автор «Наставлений оратору», отмечал, что ораторское искусство требует напряжённой работы, необыкновенного усердия, разнообразных упражнений, богатого опыта, интеллекта и современного мышления. Речь оратора, по мнению Квинтилиана, должна быть ясной, чистой, правильной и, если этого требует цель выступления, красивой. Вершиной ораторского мастерства он считал умение говорить экспромтом, импровизацией, однако они должны следовать за обучением и подчиняться определённым правилам.

Античная риторика определила три модуса убедительности: *логос*, *эмос* и *пафос*. Логос – это убеждение путём апелляции к логичным доводам, рассудку. Эмос – это убеждение аудитории близкими ей моральными принципами (честность, порядочность, справедливость, уважение, взаимопомощь, дружба, патриотизм и т.д.). Пафос – убеждение путём возбуждения нужных эмоций или страстей. Современная риторика рекомендует активизировать все три модуса, что содействует логичности, убедительности, выразительности, искусности и целесообразности высказывания.

В эпоху христианства зародилась новая отрасль риторики – церковное (богословское) красноречие, или гомилетика (Августин Блаженный, Иоанн Златоуст, Василий Великий, Фома Аквинский и др.). Риторика преподавалась в христианских богословских учебных заведениях, ориентировала на построение и произнесение проповедей, толкование и составление комментариев к Священному Писанию.

В эпоху средневековья были созданы прекрасные образцы духовного ораторства (поучения, слова, моления, житии) митрополита Илариона, Даниила Заточника, Кирилла Туровского, Владимира Мономаха, Сергия Радонежского, Максима Грека и др.

Первые русские руководства по риторике появились в XVII в. благодаря Симеону Полоцкому и епископу Макарию. С XVIII в. речевое мастерство приобрело популярность и в светском общении, в университетах, гимназиях, лицеях, в сфере частного образования. Были изданы учебники по риторике М.В. Ломоносова, А.Ф. Мерзлякова, И.С. Рижского, А.С. Никольского, А.И. Галича, Н.Ф. Кошанского, М.М. Сперанского, К.П. Зеленецкого и др.

В современном понимании *риторика* – дисциплина, которая, с одной стороны, предполагает знакомство с теорией, законами речевого общения и публичной речи, с другой стороны, содействует совершенствованию практических речемыслительных навыков, с помощью которых каждый заинтересованный может стать личностью лингвистической, способной смело и свободно, адекватно и профессионально изложить свои мысли, наладить осознанную речевую коммуникацию, выбрать необходимую стратегию и тактику общения, использовать различные собственно

лингвистические и экстралингвистические языковые средства, риторические приёмы.

*Риторика* – искусство эффективно выражать свои мысли и воздействовать на аудиторию, мастерство публичного выступления и создания письменных жанров, искусство аргументации и убеждения. Риторика как наука тесно связана с лингвистикой, культурой речи, логикой, философией, психологией, юриспруденцией, эстетикой, этикой, психологией, теорией художественного словесного творчества.

Эффективная речь – это высказывание новое, уместное, привлекательное, правильное. Современная риторика подразделяется на *теоретическую* (общие риторические правила и законы выводятся из исторической практики) и *практическую* (примеры эффективной речи апробируются на практике). Риторика также бывает *общей*, *частной* и *тематической*. Общая риторика включает в себя фундаментальные понятия и категории (риторический канон, образ оратора и др.), знания оратора по подбору материала, систематизации аргументов, анализу проблемы, изучению аудитории, определению целей речи, построению композиции высказывания, редактированию и произнесению речи, умению убеждать и привлекать аудиторию на свою сторону. Частная риторика рассматривает реализацию основных понятий и категорий в юридической, политической, академической, административной речи и её жанрах.

Создание эффективной речи, т.е. риторического идеала, сложившегося исторически в данном обществе, возможно только при условии соблюдения определённых риторических законов:

1) *закон гармонизирующего диалога между оратором и аудиторией*, т.е. оратор должен заинтересовать адресата темой выступления, манерой изложения, проявлением внимания к слушателям;

2) *закон продвижения и ориентации адресата*, т.е. оратор должен предоставить понятное и структурированное выступление;

3) *закон эмоциональности речи*;

4) *закон удовольствия*, т.е. выступление должно вызывать положительные эмоции у оратора и аудитории.

Риторика оперирует множеством специфических понятий «диалектика», «эристика», «софистика», «оратория», «правило гемилектики», «риторический канон», «риторический идеал», «топика», «хрия» и др.

Эффективная публичная речь создаётся по *классическому риторическому канону*, в котором различается пять этапов риторического действия (схема Аристотеля):

1) *инвенция* – поиск идей, нахождение материала, изобретение высказывания;

2) *диспозиция* – расположение, композиционное упорядочение материала;

3) *элокуция* – словесное оформление высказывания, отбор необходимых слов и выражений;

4) *меморио* – запоминание речи;

5) *акцио* – произнесение, использование навыков и техники речи.

Оратор в подготовке выступления старается ответить на основополагающие вопросы «что?», «кому?», «зачем?», т.е. определиться с темой речи, изучить интересы аудитории, выяснить цель и мотивацию своего сообщения, подобрать необходимые тезисы и аргументы. Цель – основной результат речи (сообщить, объяснить, убедить, побудить). В соответствии с целями высказывания Аристотель выделил следующие виды речей: *совещательные, судебные, эпидейктические*. Сегодня более распространена классификация П. Сопера, который выделил следующие виды речей:

1) развлекательные (с целью поднятия настроения);

2) информационные (с целью передачи новых знаний);

3) агитационные:

а) воодушевляющие (с целью вызвать восторг, любовь и т.д.);

б) убеждающие (с целью убедить согласиться в спорном вопросе);

в) призывающие (с целью призвать к действию).

Таким образом, риторика, являясь исторически сложившейся теорией и практикой речевой интеллектуально-эмоциональной деятельности, сплавом науки, ораторского искусства и учебной дисциплины, представляет собой универсальные риторические знания речевого взаимодействия (беседы, убеждения, публичного выступления и др.), применимые в различных сферах (бытовой, деловой, социальной, военной, судебной, духовной, политической).

## ОСОБЕННОСТИ УСТНОЙ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

### План

1. Особенности публичной речи.
2. Виды публичной речи.
3. Основные требования к автору публичной речи.
4. Культура профессиональной речи.
5. Условия успешного выступления.

Общепринято, что публичная речь – это речь монологическая, т.е. обращённая к себе и не рассчитанная на словесную реакцию слушателей, собеседников. Это утверждение верно только отчасти, т.к. человеческая речь (исключая речь внутреннюю, речь «про себя») по своей природе является диалогичной, созданной для общения (убеждения, побуждения, просьбы, выяснения истины, получения и передачи информации, выражения мыслей и эмоций), поэтому звучащая речь всегда строится с учётом реакции собеседника, выражающейся в репликах, вопросах, в мимике, жестах, позе, дистанции. Человек, который готовит публичную

речь, всегда должен представлять своего слушателя, возможно, условного, вымышленного, стараться предугадать его интересы, предпочтения, вопросы.

Парадоксом, а по сути, характерной особенностью публичной речи является её монологическая форма и диалогическое содержание. В публичной речи реакцию слушателей буквально необходимо «выуживать», о ней нужно догадываться по выражению глаз, жестам, шуму, репликам, усталости аудитории одновременно с произношением речи. Здесь нужно учитывать воспринимаемость слушателями монологического высказывания с характерным ему усложнённым синтаксисом, соблюдать структурно-стилистическое единство текста, удерживая в постоянном внимании и конец, и начало высказывания.

Публичная речь – это устная форма выступления, в подготовке которого необходимо учитывать воздействие на слушателей, обязательность импровизаций, отсутствие возможности редактировать текст в процессе общения. Публичная речь позволяет передавать тончайшие нюансы настроения, авторское отношение к высказанному не только с помощью метко подобранных, изящных, интересных слов и выражений, их повторами, но и соотношением информации с жизненным опытом аудитории, тембрально-тоновой окраской голоса, логическими ударениями и паузами, мимикой и жестами. В публичной речи особенно ярко проявляются персональные качества личности – интеллект, особенности характера (оригинальность, креативность, правдивость, отзывчивость и др.), световосприятия, способ мышления, воспитание, умение сообщать информацию, достигать согласия и решать конфликты, убеждать, оценивать, контактировать с другими и влиять на них.

Сегодня ораторская речь, как и в целом письменная и разговорная речь, используется в разнообразных сферах общественной жизни, искусстве, науке, политике, образовании, военном деле. В современных условиях тотального ускорения ритма жизни, деловых и напряжённых будней, пресыщенности и доступности СМИ, появления в обществе человека ориентированного на различного рода развлечения угас интерес к «хитроумным словесным боям», коренным образом изменился характер ораторской речи. В ней уменьшился пафос и торжественная патетика, ссылки на авторитетов. Современный оратор всё более имиджевый, стремящийся к оригинальности, а иногда и к открытому эпатажу, он эрудирован, немногословен, экономит своё и чужое время, в нём сочетаются деловитость и чувство юмора, система убеждений у него основывается в первую очередь на фактах и логике и в меньшей степени на выразительности, эмоциональности речи. К сожалению, сегодня менее ярким стало судебное, социально-политическое и социально-бытовое красноречие (застольные, поминальные, юбилейные речи). С распространением телевидения и Интернета активно совершенствуется

академическое красноречие (лекция, научный доклад, научное обозрение и сообщение).

Современная публичная речь чаще всего включает в себя три этапа (схема Квинтилиана):

1) *Изобретение (инвенция)*. На данном этапе оратор выбирает тему, которая должна быть информативной, воспитывающей, посильной для выступающего, актуальной для аудитории, интересной для выступающего и слушающих, соответствовать интеллектуальному уровню и эмоциональному настрою аудитории. Кроме того тема должна соответствовать основной цели выступления. Далее осуществляется процесс сбора материала, осмысление будущего выступления, выработка личной позиции к сказанному, изучение основных понятий.

2) *Расположение (диспозиция)*. На этом этапе обрабатывается и осмысливается материал выступления, определяется основное и второстепенное, наиболее яркие примеры, хорошо воспринимаемые на слух. Оратор продумывает оптимальную последовательность изложения материала, т.е. составляет план речи (словесный, графический, изобразительный, моделированный, формульный). Это позволяет выступающему избежать нежелательных пропусков, повторов, нарушений логической последовательности. На этапе расположения выступающий продумывает оптимальность использования подобранных цифр и фактов, определяет очерёдность аргументов в подтверждение или опровержение суждений, придумывает эффективное начало и концовку речи, планирует возможность использования наглядности и технических средств.

3) *Словесное выражение (элокуция)*. На данном этапе выступающий подбирает наиболее точные слова и фразы; определяет необходимость прописания текста или основных мыслей и выражений, дат и цифр; подбирает образные средства (эпитеты, сравнения, аналогии, риторические вопросы и т.д.); продумывает слова, связывающие все части и фрагменты текста. Этап словесного выражения античными риториками считался основополагающим в публичной речи. Известно изречение оратора Демосфена о том, что в красноречии «первое дело – произнесение, второе – произнесение, и третье – тоже произнесение». Причём главными частями этого процесса считалось владение голосом и телом, именуемые сегодня речевой техникой и невербальными средствами общения.

Соблюдение очерёдности этапов публичной речи, общих правил подготовки выступления позволяет создать оптимальные условия для публичного выступления, избежать непредвиденных трудностей публичной речи, спрогнозировать возможную реакцию слушателей на выступление, заявить о себе как о хорошем специалисте и интересном человеке.

*Методика подготовки к публичным выступлениям* включает следующие методы и приёмы:

- 1) выступление перед воображаемой аудиторией;
- 2) выступление перед слушателем, который делает анализ выступления;

- 3) краткое изложение текста выступления;
- 4) использование аудио- или видеозаписи собственных выступлений;
- 5) заучивание определений используемых терминов и понятий;
- 6) изучение опыта других ораторов;

7) проработка материала выступления с целью повышения степени его привлекательности, воспринимаемости, образности (например, замена абсолютных цифровых показателей относительными данными в виде коэффициентов, индексов, процентов и т.п.).

Важным моментом подготовки к публичному выступлению является выработка чувства уверенности. Волнение, боязнь аудитории вызывают у выступающего так называемые «ступор», «закомплексованность», «ораторскую лихорадку», что проявляется в нервной дрожи, покраснении (побледнении) кожи лица, дрожании голоса, сбивчивости и непоследовательности речи. Опытные ораторы используют данный приём, чтобы вывести соперника из душевного равновесия, а, значит, и лишить его способности логично мыслить.

*Природа и причины ораторского страха:*

- 1) предчувствие неудачи;
- 2) неопытность говорящего;
- 3) индивидуальные черты;
- 4) нереалистические ожидания;
- 5) недооценка своих возможностей;
- 6) недостаточная, плохая подготовка;
- 7) воспоминание о провале;
- 8) безразличие или негативное отношение аудитории или собеседника.

Единого рецепта избавления от ораторского страха не существует. Важно чаще практиковаться в выступлениях, уметь подготовить себя психологически (вспомнить удачные выступления, настроиться на положительные эмоции, научиться управлять чувствами, сконцентрироваться на содержании речи, а не на аудитории).

*Методы борьбы с ораторским страхом:*

- 1) самонаблюдение;
- 2) аутотренинг;
- 3) размеренная ходьба;
- 4) глубокие вдохи и выдохи;
- 5) выработка правильной самооценки;
- 6) создание обстановки для благоприятного исхода;
- 7) искреннее желание поделиться своими эмоциями;
- 8) убеждение себя, что выступление – это большая радость;
- 9) формирование игровой ситуации.

Оратор должен хорошо знать содержание выступления, быть эрудированным, компетентным в предмете выступления, заинтересованным, увлечённым, уверенным, объективным, искренним, дружелюбным, обаятельным, артистичным. Важно, чтобы его речь была

убедительной, содержательной, научной, информативной, актуальной, интересной, по возможности, краткой.

Античные ораторы считали, что публичная речь должна обучать, нравиться и побуждать. Этим требованиям должна отвечать и современная публичная речь. Обучающей речь может быть, когда в ней учтены интересы и мнение аудитории, когда она основывается на научно достоверных знаниях, логичных рассуждениях, отражает реальные факты и явления, когда знания могут быть использованы в дальнейшем на практике. Нравится слушателям доверительная манера изложения, отсылка к жизненным примерам, правильность, богатство, логичность, чистота, содержательность, ясность, выразительность, милозвучность речи. Побуждает выступление эмоциональное, образное, актуальное, когда оратор проявляет небезразличие к сказанному.

Композиция устной публичной речи традиционно включает выступление, основную часть и заключение. Текст вначале записывается и обрабатывается, однако сам процесс выступления осуществляется без письменного текста, на память. Важно заранее проработать использование специфических синтаксических средств, которые заменяют графические способы типа абзацев, цифровой нумерации, шрифтов. В устной речи следует особо (словесно) выделять:

1. Конец одного абзаца и начало следующего (*Далее перейдём к рассмотрению... Следующая проблема... Переходим к... Отдельно подчеркнём... и т.п.*).

2. Краткое содержание очередной части (*Необходимо сказать о... Требуется рассмотрения... Несколько слов нужно сказать... Следует обратить внимание... и т.п.*).

3. Место новой информации среди сказанной (*Обратимся к очередному положению... Рассмотрим ещё одно утверждение... и т.п.*).

4. Тексты, на которые ссылается оратор (*В книге... автор отмечает... На странице 12 своей работы автор подчёркивает...*).

Вступление публичной речи – это своеобразный запев, увертюра дальнейших слов. Вступление должно быть интересным, вызывать доверие у аудитории. Основная часть – последовательное изложение информации, поддержание интереса присутствующих. По утверждению психологов, наилучшим образом воспринимается информация, объединённая не более, чем в семь узловых вопросов, или значительных смысловых частей, чтобы не рассеивалось внимание, не утомлялась публика. Пресыщенность материала цифрами, датами, непроанализированными и необобщёнными фактами затрудняет восприятие основной мысли. Следует помнить, что основа публичной речи – это не удачное вступление, не новая информация, не актуальность темы, а характеристика и оценка этого материала оратором, который не просто рассказчик, а учитель и воспитатель.

Композиция публичной речи предполагает создание рациональной, стройной, непротиворечивой системы аргументов, умозаключений и

выводов. Важно помнить, что наилучший эффект достигается постепенным «разрастанием» интереса слушателей в процессе публичного выступления, поэтому наиболее сильные аргументы обычно приводятся в завершение речи. Структурирование речи – процесс творческий, который практически невозможно стандартизировать, однако следует помнить о последовательности, связности, пропорциональности частей публичной речи, вступление и заключение суммарно не должны превышать 1/3 речи (правило золотого сечения).

Большое значение в процессе подготовки выступления имеет мысленное создание образа присутствующих, моделирование аудитории (возраста, пола, образования, примерного уровня компетентности, особенностей жизни и работы). С учётом воображаемой аудитории формулируется тема, продумывается композиция выступления, отбирается материал и языковые средства выражения мыслей, предугадывается реакция слушателей и возможные вопросы. Искусство публичной речи – умение подстроиться под настроение аудитории, в которой кроме заинтересованных людей часто бывают безразличные слушатели. Американскими специалистами в области речевой коммуникации (Е.Дж. Андерш, Л.С. Стаатс, Р.Н. Бостром) было доказано, что люди больше интересуются знакомыми вещами, новыми и конструктивными идеями, что свидетельствует о важности проявления оратором энтузиазма, его внимания на волнующие и конкретные вещи.

*Заинтересовать слушателей можно:*

- 1) интригующим началом (интересным фактом из жизни, истории, парадоксальным утверждением, постановкой проблемного вопроса);
- 2) жизненными примерами, аналогией (соотнесением новой информации с известными явлениями);
- 3) ссылками на интересную, полемическую телепередачу, газетную или журнальную статью;
- 4) цитированием высказывания авторитетной личности;
- 5) авансированием, затягиванием важного («Об этом я скажу чуть позже»);
- 6) акцентированием речи (выделением слов и фраз голосом, интонационными паузами, логическими ударениями, мимикой и жестами);
- 7) шутками;
- 8) риторическим вопросом;
- 9) диалоговой формой общения, вопросами.

Сосредоточенность, внимание, интерес слушателей к публичному выступлению может ослабевать, что может быть вызвано усталостью аудитории, обсуждением аудиторией услышанной речи, не соответствием темы выступления интересам аудитории, отсутствием культуры слушания у аудитории, личной неприязнью слушающих к выступающему, неумением оратора наладить контакт со слушателями, отсутствием у говорящего опыта публичных выступлений.

В публичной речи важным является соблюдение этических норм. Чтобы речь была убедительной, необходимо говорить просто и понятно; придерживаться только основной проблемы (не расплываясь по мелочам); не позволять слушателям в репликах и вопросах удаляться от темы; следить за падением внимания аудитории, репликами с места, вопросами, шумом; избегать «давления» на слушателей своими знаниями, эрудицией, авторитетом; отдавать предпочтение «живому» общению, а не чтению с листа. Низкая речевая культура проявляется и в недооценке уровня речевого развития собеседников, в неоправданном упрощении речи, иногда отступлении от норм, употреблении разговорной, жаргонной лексики, рассчитанной на вкус самых нетребовательных слушателей, которым приходится слышать выражения и вопросы типа «Вам понятно? Вы поняли в чём дело? Неужели не ясно? Вы этого не знаете, наверно, вам надо объяснить». Об отсутствии такта свидетельствует постоянное акцентирование человека на своих личных оценках и суждениях («Я считаю...», «Мне кажется...», «Я уверен...»), развязно-панибратское отношение к тем, о ком идёт речь, неподготовленность к публичному выступлению и др.

Убеждать и влиять выступающий может только в том случае, если он владеет словом, при этом не просто соблюдает литературные нормы, а умеет найти для конкретной ситуации самый эффективный и уместный способ передачи мысли и чувств. Например, лекция, прочитанная с соблюдением всех литературных норм, может быть не интересной, скучной, не познавательной, не выразительной. Однако, сменив монологическую речь на диалогическую, построив выступление в виде логически продуманной цепочки интересных вопросов и ответов, лектор имеет возможность избежать интонационной монотонности, прибегнуть к импровизации, активизировать аудиторию, использовать широкий спектр художественно-эстетических элементов публичной речи (стихотворных цитат, метафор, аллегорий, крылатых выражений), которых одновременно не должно быть слишком много. Убедительность публичной речи будет зависеть от ряда логических, психологических, этических и лингвистических требований с учётом специфики аудитории. Оратору необходимо каждый раз находить оптимальное соотношение логического и эстетического в зависимости от характера слушателей – их количества, возраста, образования, интересов, самочувствия и др.

Риторикой выработаны общие правила убеждения:

1) Старайтесь не учить собеседника, а делитесь, спрашивайте совета. Человек устроен так, что не любит, когда его учат, сомневается и не доверяет информации, которую услышал в первый раз. Поэтому нужно не советовать, а подсказывать, делиться своим секретом. Важно быть доброжелательным и ненавязчивым, подчёркивать значимость информации, которой делитесь якобы по большой дружбе.

2) Необходимо сохранять эмоциональное спокойствие, быть спокойным, уверенным, обстоятельным.

3) Создайте иллюзию выбора для собеседника. «Как вам будет удобнее: если я за вами зайду, или мы встретимся на улице» – вопрос человеку, который ещё не дал согласия с вами идти куда-либо.

4) Делайте комплименты собеседнику, подчёркивая его важность, исключительность, значимость.

5) Делайте акцент на вторичную выгоду. Например, не убеждайте учиться, а предлагайте получить возможность быть лучше других, возможность быть сильным, независимым, богатым.

6) Старайтесь меньше говорить о себе и больше внимания уделять собеседнику, показывая свой интерес в решении проблемы.

7) Убеждайте фактами («Есть официальная статистика...», «На личном опыте я убедился...»).

Успех оратора зависит от многих факторов, т.к. публичное выступление – сложный процесс, в котором задействованы нейролингвистическая, анатомо-физиологическая, акустико-артикуляционная системы, а также психика человека. Выступающий должен иметь хорошее самочувствие, быть спокойным и уверенным в себе, помнить всё то, что хочет донести слушателям.

«Память – сокровищница красноречия» – указывал Квинтилиан. Одна из актуальных проблем для начинающего оратора – как запомнить уже придуманную, написанную речь. Один из вариантов – запоминать ассоциативно ключевые слова в виде «мостиков памяти» (дорога, дом, гости, обед, поздравление, магазин, почта и т.д.). При этом в процессе запоминания важно новый материал присоединять к уже известному. Помочь могут и опорные карточки, на которых кратко излагается содержание. А вот дословное заучивание текста не эффективно, лучше запоминать суть высказывания, основные идеи, выводы. Новичкам продуктивно прибегать к внутреннему конспектированию, т.е. записи речи с выделением в тексте ключевых слов и выражений; подготовке выступления во время ходьбы, которая успокаивает нервную систему и задаёт ритм речи; репетиционным выступлениям (перед зеркалом или приглашённым слушателем).

Культура публичной речи включает в себя умение оратора быть естественным, свободно владеть жестами, мимикой, движениями тела, интонациями, что облегчает и ускоряет установление контакта с присутствующими. Следует помнить, что даже самый приятный голос способен утомить слушателей, если речь будет длиться непрерывно более 40 минут, поэтому важно сосредотачиваться на главном, контролировать себя, а иногда не «выкладывать» весь материал, оставляя его на перспективу, для ответов на вопросы, для сохранения интриги, желания слушателей вновь обсудить проблему.

*Главными причинами неудач в публичном выступлении являются:*

- 1) неподготовленность оратора;
- 2) недостаточная громкость речи и нечёткость дикции выступающего;
- 3) невозможность вспомнить текст;
- 4) отсутствие желания и знаний для ответов на вопросы аудитории;
- 5) небрежный внешний вид;
- 6) неправильно выбранная позиция выступающего (оратор не смотрит на аудиторию, развёрнут к ней спиной или боком);
- 7) использование в речи слов-паразитов;
- 8) зачитывание текста исключительно со слайдов или записей;
- 9) боязнь аудитории;
- 10) использование неубедительной аргументации;
- 11) чрезмерное погружение в собственные переживания;
- 12) недооценка собственных возможностей;
- 13) недостаток опыта;
- 14) воспоминания о провале;
- 15) отклонение от темы.

Причиной коммуникативных неудач в процессе общения, обмена информацией может быть неточное выражение коммуникантами мыслей в высказывании, различия в их психо-эмоциональном состоянии, психологии пола, возраста, личности, дистантность участников, присутствие посторонних лиц или их вмешательство, общение через записки, письма, по телефону, различный уровень знаний собеседников, их разница в образовании, понимании нравственных норм, из-за разных интересов, мнений, оценок. Дискомфорт, отсутствие взаимонастроенности собеседников в процессе диалога может вызвать чуждая коммуникативная среда (человек зашёл к начальнику в кабинет, приехал к родственникам в гости, был откомандирован на другое предприятие), вынужденные паузы, отвлечение от разговора по разным обстоятельствам, доминирование одного из участников разговора (подмена диалога монологом), неуместные замечания в адрес слушателя по поводу его действий, личностных качеств.

Каждый из участников коммуникации желает, чтобы общение было эффективным, чтобы его правильно, адекватно понимали, чтобы его слушали и слышали. Однако речевая коммуникация зачастую сопровождается многочисленными барьерами. Коммуникативные барьеры возникают произвольно и защищают психику человека от негативной информации или её избытка. В результате высказывание может быть неубедительным, принято не полностью, в искаженном виде или не принято совсем.

В.М. Шепель, автор книги «Имиджелогия. Как нравиться людям», выделяет следующие коммуникативные барьеры:

- 1) дискомфорт физической среды, в условиях которой воспринимается сообщение;
- 2) инерция включенности, т.е. озабоченность слушателя иными проблемами;

3) антипатия к чужим мыслям, стереотипизированность сознания, амбициозность;

4) языковой барьер – существенное различие словарного запаса, лексикона коммуникатора и коммуниканта;

5) профессиональное неприятие – некомпетентное вторжение коммуникатора в профессиональную сферу коммуниканта;

б) неприятие имиджа коммуникатора.

Б.Ф. Поршнев выделяет три формы коммуникативных барьеров:

1) «авторитета»; 2) «избегание»; 3) «непонимание».

Чтобы избежать отрицательного влияния коммуникативных барьеров, нужно знать способы их преодоления.

Правила преодоления коммуникативных барьеров:

1) проясняйте свои идеи перед их сообщением;

2) не используйте неопределённые, двусмысленные, расплывчатые, незнакомые или профессиональные слова и выражения;

3) контролируйте невербальные сигналы собеседника (мимику, жесты, интонацию, позы);

4) стремитесь говорить «на языке собеседника», т.е. учитывайте его жизненный и профессиональный опыт, культурно-образовательный уровень, его взгляды и интересы;

5) будьте готовы признать свою неправоту, пересмотреть взгляды под влиянием вновь открывающихся обстоятельств;

б) активно слушайте собеседника, т.е. не перебивайте, сопереживайте говорящему, не спорьте и не критикуйте, демонстрируйте свою заинтересованность, задавая вопросы или высказывая просьбу повторить.

Дейл Карнеги выделил общие правила успешного общения: 1) проявляйте искренний интерес к людям; 2) улыбайтесь; называйте собеседника по имени; 3) будьте хорошим слушателем; 4) поощряйте человека рассказывать вам о себе; 5) ведите разговор в кругу интересов вашего собеседника; 6) давайте людям почувствовать их значимость и делайте это искренне.

Таким образом, публичная речь строится с учётом авторского отношения к теме высказывания, реакции и восприимчивости собеседника, целевых установок (убедить, побудить, выяснить истину, получить и передать информацию, выразить мысли, эмоции, просьбу и т.д.), определяющих формы эффективного воздействия на слушателей; правил традиционного композиционного построения речи, что в целом позволяет, избежать коммуникативных барьеров, спрогнозировать возможную реакцию слушателей и возможные вопросы, отобрать оптимальный материал и языковые средства для выражения мыслей и убеждения аудитории.

# ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

## План

1. Особенности делового общения.
2. Роль комплиментов в деловом общении.
3. Виды и жанры делового общения.
4. Убеждение в деловом общении.
5. Правила делового разговора.
6. Основные требования к организации и проведению деловых бесед.

Деловое общение – это процесс организации и оптимизации профессиональной (производственной, управленческой, коммерческой) деятельности официальных, должностных лиц. Специфика делового общения определяется стандартами профессионального поведения, должностными правами и обязанностями работников, традициями данного коллектива, видом делового общения, степенью его официальности, целью и задачами конкретной ситуации, национальными и культурными обычаями, правилами общего речевого этикета.

Эффективность делового общения зависит от правильности выбранных стратегий и тактик, продуманности цели, задач, структуры коммуникации, определения взаимных интересов, обоснования собственной позиции, личных качеств общающихся, среди которых важны умение договариваться, идти на уступки, обязательность, организованность, соблюдение норм этикета.

Специфический деловой этикет регламентирует внешний вид, поведение во время беседы, переговоров, на приёме, за столом, определяет правила ведения служебной переписки, использование визиток, манеру разговора, умение контролировать эмоции, наладить контакт, создать благоприятную психологическую атмосферу.

Эффективному достижению целей делового общения способствуют *комплименты* – незначительно преувеличенная оценка полезности, значимости, незаменимости человека, его деятельности, внешности, внутренних качеств. Психологи отмечают, что приятные слова одобрения, положительной оценки вызывают у адресата положительные эмоции и ассоциативно переносятся на того, кто их вызвал. Существуют *правила комплиментов* в деловом общении:

- 1) слова-комплименты должны встраиваться в общую фразу;
- 2) фразы-комплименты не должны произноситься с паузами;
- 3) после комплиментов должен следовать содержательный текст;
- 4) после комплиментов желательно предъявлять интересную, захватывающую информацию;
- 5) желательно делать комплименты не по поводу очевидных положительных качеств, а скрытых черт;
- б) комплименты должны звучать правдиво, искренне;

7) важно не забывать благодарить собеседников за проявленное посредством комплиментов внимание, уважение в свой адрес.

*Примеры комплиментов* в деловой коммуникации: «Приятно иметь дело с таким партнёром! Меня всегда поражала ваша сдержанность! Общаясь с вами, можно многому научиться! Вы такой настойчивый и целеустремлённый, как мне этого не хватает! Ваша энергия просто заряжает и других на работу! Меня восхищает ваша эрудиция и энциклопедическая память! Я раньше и не знал, что вы так тонко и хорошо разбираетесь в людях!»

Продуктивность делового общения зависит и от правильно выбранных временных рамок, расстояния между собеседниками. Так, конструктивности диалога будет способствовать разговор за круглым столом, с приблизительным временем общения от 5 до 40 минут, с расстоянием приблизительно в 1,5 м в неофициальной ситуации. Следует помнить, что собеседник может испытывать психологический дискомфорт, если его посадить спиной к двери, окну, открытому пространству, и наоборот может чувствовать уверенность, если сядет спиной к стене.

По форме деловое общение подразделяется на 2 вида: *письменное* и *устное*. Письменные виды делового общения – заявление, приказ, протокол, отчёт, справка, докладная и объяснительная записка, деловое письмо, акт, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, доверенность, рекламное сообщение, электронная почта и др. Устное деловое общение подразделяется на монологическое и диалогическое. *Диалогические* виды – беседа, телефонная беседа, разговор, переговоры, совещание (собрание), интервью, консультирование, дискуссия, пресс-конференция. К *монологическим* относятся: приветственная речь, торговая речь (реклама), информационная речь, доклад (на заседании, собрании).

Основные *правила убеждения* в деловом общении:

- 1) выстраивайте приводимые аргументы в следующем порядке: сильные – средние – один самый сильный;
- 2) создавайте приятное впечатление на собеседника (уважительным отношением, комплиментами, умением выслушать, внешним видом и др.);
- 3) не понижайте свой статус (будьте уверены, кратки, используйте слово «я», не извиняйтесь);
- 4) высказывайте уважение мнения собеседника, указывая на неправоту, не принижайте статус и имидж собеседника;
- 5) начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чём вы согласны с собеседником;
- 6) старайтесь избегать слов-конфликтогенов (грубость, угрозы, насмешки, безапелляционность, прямое отрицание и т.п.);
- 7) внимательно слушайте собеседника;
- 8) проверяйте, правильно ли вы понимаете тему разговора;
- 9) следите за невербальной системой (мимика, жесты, позы, расстояние) своей и чужой речи;

10) показывайте, что ваше предложение удовлетворяет какую-то из потребностей собеседника (в безопасности, уверенности в будущем, уважении, самореализации, в дружбе, в хорошем настроении и т.п.);

11) дайте возможность собеседнику согласиться с вами по нескольким незначительным вопросам, прежде чем предложите разобраться в важном решении;

12) дайте возможность собеседнику понять, что идея была его;

13) старайтесь переубедить собеседника по главному разногласию, не обращая внимания на второстепенные.

Деловой разговор – устное кратковременное служебное общение преимущественно на одну тему с целью обмена информацией, взглядами, мнениями, решения проблемы. Деловой разговор может быть контактным и бесконтактным (телефонным), в котором использование невербальной коммуникации сведено к минимуму. К деловому разговору предъявляются требования краткости, доступности, правильности. Английский лингвист Г.П. Грайс выделил 4 основные *правила делового разговора*:

1) сообщайте только достоверную информацию;

2) сообщайте только необходимый объем информации;

3) сообщайте только уместную для данной темы информацию;

4) информируйте структурированно, последовательно, точно.

Существуют *этикетные правила делового разговора*:

1) сначала выслушай собеседника, потом говори сам;

2) сначала пообщайся с собеседником, выясни все интересующие моменты, прежде чем говорить о главном;

3) не прерывайте собеседника;

4) обращайтесь к собеседнику по имени;

5) будьте тактичны, вежливы, не забывайте здороваться, прощаться, благодарить, выражать надежду на скорую встречу;

6) будьте эмоционально сдержанны, спокойны и уверены;

7) будьте лаконичны, придерживайтесь темы разговора, не отвечайте более одной минуты на заданный вопрос;

8) старайтесь слушать собеседника и показывать, что вы его слушаете (кивание головой, взгляд в глаза, краткие комментарии);

9) старайтесь, чтобы ваша речь была простой и понятной; избегайте сложной терминологии;

10) старайтесь избегать конфликтных тем, провокационных вопросов и комментариев;

11) поддерживайте внимание собеседника вопросами;

12) старайтесь оказывать внимание всем присутствующим, а не одной персоне.

Деловая беседа – устное продолжительное общение нескольких собеседников с целью решения деловых проблем, установления деловых отношений, обмена информацией, мнениями, взглядами, преимущественно с выработкой итогового соглашения. Деловые беседы могут

организовываться на рабочем месте, в местах общественного питания, во время прогулки, дружеского застолья и др. Деловые беседы могут быть официальными и неофициальными, т.е. с соблюдением или отсутствием принятых формальностей. По цели проведения различают кадровые, дисциплинарные, организационные, творческие беседы.

*Кадровые беседы (собеседования)* – деловые беседы, имеющие целью решение кадровых вопросов (приём на работу, увольнение, перевод на другую должность). Вопросы кадрового рекрута в зависимости от специфики работы могут касаться семейного положения, знания языков, опыта предыдущей работы, здоровья, хобби и т.д. Основное время в кадровой беседе отводится ответам претендента. Во время приёма на работу обычно задают 10 и более типовых вопросов:

1. Что вы можете рассказать о себе?
2. Что вас привлекает в данной работе?
3. Какую пользу вы можете принести?
4. Какими положительными качествами вы обладаете?
5. Как вы ведёте себя в конфликтной ситуации?
6. Какие у вас имеются недостатки?
7. Каким вы видите себя через несколько лет?
8. Каким вы видите своего начальника?
9. Были ли у вас конфликты на предыдущей работе?
10. Какие ваши наиболее значимые достижения?
11. Какую зарплату вы хотите получать?
12. Почему вы решили сменить место работы?
13. Есть ли у вас что-нибудь сообщить, что не было затронуто во время разговора?

Успех собеседования зависит от искренности и правдивости соискателя, его пунктуальности и чувства меры в одежде, умения расположить к себе (приветствием, улыбкой, жестами), умения конкретно и лаконично отвечать на вопросы. Так, например, на вопрос о зарплате лучше назвать желаемый диапазон.

В беседе при увольнении с работы следует учитывать ситуацию: сотрудник сам принял решение уволиться, или его увольняет руководство. В первом случае участнику от организации важно выяснить мотив, узнать ценность работника, постараться решить возникший конфликт, высказать слова благодарности или предложить подумать. Во втором случае необходимо успокоить сотрудника, предложить возможные варианты трудоустройства.

В проведении деловых бесед при увольнении следует придерживаться следующих правил:

- 1) соблюдать сдержанность и корректность;
- 2) не следует проводить беседу в присутствии других работников;
- 3) не следует организовывать беседу накануне выходных или праздников;

4) беседа не должна быть продолжительной (более 20 минут).

*Дисциплинарные беседы* – деловые беседы, имеющие целью решение вопросов, связанных с трудовой дисциплиной, недобросовестным исполнением обязанностей, распространением слухов и др. Особенностью дисциплинарной беседы является повышенное внимание к такту, речевому этикету, соблюдение чувства меры, сдержанность, объективность, принципиальность. Такая беседа требует от руководителя хорошо разобраться в ситуации, выслушать подчинённого, оценить насколько уважительны причины. При этом важно оценивать поступок, просчёт работника, а не критиковать его личные качества. Следует заранее узнать об особенностях восприимчивости критики собеседником, чтобы главной целью было «исцелять, а не ранить». Дисциплинарная беседа обязательно должна быть конфиденциальной, а критические замечания рекомендуется чередовать с комплиментами (принцип «бутерброда»). Беседы о дисциплине работника не рекомендуется проводить как «по горячим следам», так и отсрочивая более чем на 48 часов.

*Проблемные беседы* – деловые беседы, имеющие целью решение конфликтной ситуации. Особенностью данного типа беседы является необходимость глубокого анализа ситуации, выяснение причин и обстоятельств конфликта, опрос людей, поиск путей решения и предупреждения возникших проблем. Здесь важно быть объективным, удовлетворить, по возможности, все стороны конфликта.

*Организационные беседы (совещания)* – деловые беседы, имеющие целью оптимизацию производственного, управленческого, организационного процесса, выработку технологии выполнения заданий. В организационной беседе следует придерживаться следующих рекомендаций:

- 1) чётко формулируйте идею, сделав её доступной всем;
- 2) будьте лаконичны;
- 3) сознательно настраивайтесь на уровень собеседника, учитывайте объём выполняемой работником работы, его обязанности, жизненный и трудовой опыт, интересы, особенности мышления и речи.

*Творческие беседы* – деловые беседы, имеющие целью обмен опытом, выработку концепции работы организации, обсуждение способов выполнения программ, заданий, проектов и т.п. В творческой беседе важно оставаться объективным, выслушать различные мнения, оценить неординарность идей, аргументированно отстаивать свою позицию, придерживаться корректности, которая будет стимулировать творчество работников.

Таким образом, знание основ делового общения способствует личностному и профессиональному росту, содействует развитию отношений коллективного сотрудничества, достижению эффективности в общении с руководством и партнерами, помогает повысить компетентность в профессиональной области. В виду постоянного развития экономических

отношений, международных связей, ускоряющихся социальных изменений, деловое общение представляет собой изменчивое, постоянно развивающееся явление. Стандарты речевого поведения в деловом общении определяются конкретной ситуацией, т.е. темой, местом, мотивом, целями общения, личностными характеристиками собеседников.

## ИСКУССТВО СПОРА

### План

1. Сущность понятия «спор» и виды спора.
2. Принципы ведения спора.
3. Аргументация в споре.
4. Тактики спора.
5. Уловки
6. Правила ведения спора.

Спор – это словесное состязание, обсуждение разногласий, обмен взглядами, опровержение противоположного мнения, убеждение оппонента. Искусство спора называется *эристикой*. Близкими по значению к слову «спор» являются понятия *дискуссия* (публичный спор) и *диспут* (публичный спор на научную или общественную тему). Спор – это столкновение мыслей и позиций, борьба аргументов. В споре не рождается истина, как это принято считать. Спор обычно приводит к разногласиям, враждебности, недопониманию, поэтому по возможности следует контролировать свои эмоции, избегать обострения конфликтной ситуации. Если спор предотвратить невозможно, нужно сгладить ситуацию, создать спокойную атмосферу для дискуссии. Для этого первоначально нужно выслушать собеседника, чтобы он успокоился. С помощью дополнительных вопросов можно прояснить ситуацию, узнать причины разногласий, мнение оппонента по поводу затронутой проблемы. Внимательно, с уважением выслушав собеседника, необходимо логически обосновать свою позицию. Непосредственный процесс спора должен быть логичным, доказательным, убедительным, содержательным, корректным. В зависимости от целевых установок выделяют следующие разновидности спора:

- 1) *дискуссия* – спор с целью поиска истины без выяснения победителя;
- 2) *полемика* – спор с целью отстаивания своего мнения, опровержения и убеждения оппонента;
- 3) *софистика* – спор с целью убеждения на основе ошибок и подмен;
- 4) *эклектика* – спор, в котором объединяются разнородные, внутренне не связанные доводы «за» и «против» определённого положения, спор, в котором используются корректные и некорректные приёмы убеждения;
- 5) *эристика* – спор с целью доказательства своей правоты вне зависимости от истины, победы любой ценой, в том числе с помощью уловок, запрещённых приёмов.

В зависимости от структуры и содержания спор может быть устным и письменным, организованным и стихийным, содержательным и формальным, основательным и поверхностным, конструктивным (дружеским) и деструктивным (враждебным). Распространённой является классификация споров в зависимости от целей и мотивов высказывания: «спор ради спора», «спор ради истины», «спор ради убеждения», «спор ради победы», «спор ради упражнения» (С.И. Поварнин). Спор в области науки или политики называется дебатами и прениями.

Споры бывают организованными (на занятиях, собраниях, заседаниях, научных и политических мероприятиях) и неорганизованными (чаще в быту). Организованные споры более продуктивны, доводы участников более аргументированные. Успех в споре зависит от личностных характеристик (компетентности, жизненного опыта), психологических моментов (уверенности, быстроты реакции, остроумия), владения полемическими умениями.

Принципы ведения спора:

- 1) предварительная подготовка к спору;
- 2) последовательный анализ альтернатив (практически любая проблема имеет несколько вариантов решения);
- 3) корректное ведение спора, терпимость к инакомыслящим;
- 4) оценка себя со стороны, анализ своих ошибок;
- 5) преодоление психологических барьеров;
- 6) поэтапное продвижение к истине;
- 7) аргументация доводов, конструктивные предложения, а не голое отрицание.

Искусство спора заключается во внимательном выслушивании мнения оппонента, уточняющих вопросах, демонстрации уважительного отношения к собеседнику. Важно использовать только корректные приёмы спора, которые могут содержать элементы внезапности, хитрости, разоблачения противника. В споре не стоит торопиться, лучше, когда собеседник первым начнёт спорить – иногда это избавляет от поиска аргументов. Не надо также приводить сильные доводы со слабыми, т.к. последние обычно становятся объектом критики. Если аргументы не достаточно полные, сильные, можно намеренно преувеличить их значение.

*Аргументация* – совокупность *тезисов* (утверждений) и *аргументов*, т.е. логических доводов, которые служат основанием для доказательства тезиса. В аргументации важно убедить, объяснить, доказать фактами, примерами, утверждениями. Спор является частным случаем аргументации.

Аргументирующей может быть как убеждающая, так и агитирующая речь. В основе аргументирующей речи – логика доказательства тезиса, который должен быть кратким, логичным, точным, доказуемым. Аргументы в свою очередь должны быть истинными, непротиворечивыми, чётко сформулированными, достаточными для доказательства конкретного тезиса, объединены в последовательную систему утверждений, иллюстрированы

конкретными примерами, доступными, понятными, убедительными, авторитетными, адекватными эмоциональному состоянию слушателей, их полу, возрасту, профессии.

Важно помнить, что одни и те же аргументы для разных людей могут иметь различную степень убедительности. Кроме того это будет зависеть и от конкретной обстановки, от умелого использования «слабых» сторон противника. Так, исследования показали, что повторение является часто более убедительным аргументом, чем призывы к разуму, а веским аргументом могут быть даже жесты, мимика, молчание. Не стоит перебивать оппонента и насильно продвигать ему свою точку зрения, быть категоричным в высказываниях. Особо неприемлемы фразы типа «ты никогда», «ты всегда», «ты постоянно», «ты думаешь только об одном» и т.д. Партнер легко вспомнит случаи из жизни, опровергающие это «никогда» и «всегда», и вам придётся обсуждать не затронутую проблему, а то, что было и прошло.

Сила воздействия аргументов определяется и выбором типа аргументации, которая в зависимости от содержания, силы, последовательности и целевых установок может быть *логической* (факты, цитаты, правила и законы) и *психологической* (аргумент к авторитету, публике, эмоциям и чувствам), *сильной* (против неё тяжело найти возражение) и *слабой* (допускает контраргументы), *восходящей* (сначала приводятся слабые доводы) и *нисходящей* (сначала приводятся сильные доводы), *индуктивной* (от примеров к выводу) и *дедуктивной* (от обобщений к примерам), *односторонней* (позитивные или негативные, подтверждающие или опровергающие аргументы) и *двусторонней* (на выбор аудитории представляются различные позиции), *опровергающей* (сведение к минимуму позитивных контраргументов) и *поддерживающей* (использование только позитивных аргументов и игнорирование контраргументов), *научной* и *софистической*, *дидактической*, *диалектической*, *полемической* (эристической). Оценивая аудиторию, оратор отдаёт предпочтение определённому типу аргументации. Так, *нисходящая аргументация*:

- 1) позволяет быстро привлечь внимание аудитории;
- 2) заставляет слушателей активно думать вначале речи, когда аудитория наиболее трудоспособна;
- 3) эффективна в слабо подготовленной, уставшей, мало заинтересованной или совсем незаинтересованной аудитории;
- 4) эффективна при слабых аргументах.

Преимущества *восходящей аргументации*:

- 1) подводит логическую мысль и эмоциональный накал аудитории до предела в конце речи;
- 2) эффективна в подготовленной, заинтересованной аудитории;
- 3) поддерживает постоянное внимание и интерес аудитории;

4) даёт возможность доходчиво изложить и обосновать сложные для слушателей мысли;

5) эффективна в аудитории, в которой имеются сомневающиеся, неопределившиеся;

6) даёт положительный результат, когда аудитория способна сделать самостоятельный вывод.

В аргументации важно придерживаться следующих правил:

1) ораторская речь допускает «присвоение» чужих идей с целью сокрытия не авторитетного источника и недопущения снижения авторитета выступающего;

2) эмоциональность речи повышает эффективность аргументов, а чрезмерное логическое давление вызывает противоположную реакцию слушателей;

3) лаконичность, отсутствие избыточных повторов (более трёх) способствует благоприятному восприятию аргументов;

4) речевые ошибки подрывают доверие аудитории, создают помехи восприятию аргументации;

5) в разных аудиториях эффективными могут быть различные типы аргументов.

Умело подобранные и тактично донесённые аргументы должны создать впечатление у оппонента, что не вы навязали свои мысли, а он сам к этому пришёл. У каждого человека отсутствует желание осознавать свою неправоту, поэтому даже если человек явно проиграл в споре, следует показать, что он не потерял своё лицо, подбодрить, высказать уважение, благодарность. Ведь спор считается продуктивным, решённым, только тогда, когда обе стороны достигли взаимного согласия.

Основа удачного спора – это не только безошибочность стратегий (общих принципов аргументации), не только хорошая осведомлённость в проблеме, но ещё и умелое использование основных тактик и уловок. Тактика – поиск и отбор аргументов, наиболее убедительных для конкретного оппонента или данной аудитории, а также реакция на контраргументы других сторон в процессе спора (например, тактика признания в ходе спора своей ошибки, тактика терпимости к критике).

Существуют следующие корректные тактики (приёмы) ведения спора:

1) *«Бумеранг»*. Данный способ помогает аргумент противника обращать против его самого. Разновидностью «возвратного удара» считается приём «подхвата реплики».

2) *«Сведение к абсурду»*. Приём показывает ложность аргументов оппонента через их сравнение с действительностью.

3) *Шутка, юмор, ирония*. Данный приём снимает эмоциональное напряжение, расслабляет оппонента, настраивает его на уступки.

4) *«Довод к человеку»*. Приём подмены анализа аргументов противника оценкой его личностных характеристик, недостатков. Как

полемический приём следует применять в сочетании с другими обоснованными аргументами. Разновидностью данного приёма является приём «апелляции к публике», в котором основные усилия полемиста сосредоточены на склонении на свою сторону слушателей.

5) *Предвосхищение аргументов оппонента* («Вы наверняка будете говорить о...», «Я не сомневаюсь, что вы будете ссылаться на...»).

6) *Отсрочка ответа на трудный вопрос* (для того, чтобы собраться с мыслями, рассуждают об услышанном, задают уточняющие вопросы).

7) *Поиск слабого звена в аргументах противника.*

8) *Опровержение не всех аргументов собеседника, а только слабых.*

9) *Усиление аргументов.*

10) *Перевод спора на противоречия между словом и делом* (сравнением тезисов оппонента с его поступками, образом жизни).

11) *Перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда.*

12) *Постановка оппоненту противоречивого вопроса.*

13) *«Ответ вопросом на вопрос».*

14) *«Ответ в кредит», т.е. отсрочивание ответа «на потом»*

Испытывая трудности в обсуждении проблемы, они переносят ответ на «потом», ссылаясь на сложность вопроса.

15) *Инициатива, наступление, внезапность.*

Уловка в споре – это приём облегчения полемики для себя и затруднения её для оппонента. Уловки бывают корректными и некорректными, логическими и психологическими.

Логические уловки (софизмы) – преднамеренные ошибки в доказательстве, нарушение правил логики, запутывание с целью превосходства в споре. Выделяют следующие логические уловки:

1) *Ложное основание*, т.е. использование аргументов, которые истинны только в некоторых случаях («Спорт вреден, многие люди погибают, занимаясь спортом...»).

2) *Предвосхищение основания*, т.е. утверждение истинности суждений без приведения аргументов («Польза от включенных фар автомобиля бесспорна, об этом нечего даже говорить»).

3) *«Круг в доказательстве» (тождество)*, т.е. доказательство утверждения с помощью тавтологического повтора утверждения, высказанного другими словами.

4) *«Дамский (бабий) аргумент»*, т.е. искажение сказанного оппонентом («Ну и что, что я не поздравил вас с днём рождения? Мне теперь все 10 тысяч человек, которых я знаю, постоянно поздравлять?»).

5) *«Сияющие обобщения»*, т.е. утверждение оппонента относительно определённой стороны явления переносится на всё явление.

6) *«Навязанное следствие»*, т.е. утверждение ложного вывода из аргументов оппонента.

7) *Противоречие аргументов*, т.е. высказывание взаимоисключающих суждений.

8) *Недостаток аргументов*, т.е. утверждение тезиса со слабыми или обосновательными аргументами («Дмитрий – хороший человек, по крайней мере, я не слышал о нём ничего плохого»).

9) *Отсутствие аргументов*, т.е. утверждение тезиса без его обоснования. Оппоненту предлагается самому искать аргументы: «А что вы, собственно, имеете против этого?» В этом случае вместо поиска аргументов критикуются доводы противника.

Психологические уловки – затруднение спора для соперника с помощью манипулирования психологическими особенностями его личности. Выделяют следующие психологические уловки:

1) *Выведение противника из равновесия* с помощью грубости, оскорблений, несправедливых обвинений («Вам лишь бы поспорить», «Вы хотите оказаться умнее всех»).

2) *Ставка на ложный стыд* с помощью утверждения истинности сомнительных аргументов. («Наукой уже давно доказано...», «Неужели вы до сих пор не знаете...»; «Это общеизвестный факт...»).

3) *«Подмазывание аргумента»* сопровождением своего слабого аргумента комплиментами в адрес собеседника («Вы, как умный человек, не будете спорить, что», «Вы, как человек образованный, поймёте, что...»).

4) *Внушение оппоненту* самоуверенным, безапелляционным, решительным тоном.

5) *Ссылка на возраст, образование, положение* («Доживёте до моих лет, тогда и будете спорить...»; «Получите мой диплом, тогда и поговорим...»; «Займёте моё место, тогда и рассуждать будем...», «Как врач, я имею право утверждать...»).

6) *Ложная критика вопросов оппонента* («Что за глупый вопрос?», «И вы считаете это серьёзным вопросом?», «Вы задаёте такой глубокомысленный вопрос», «Это наивный вопрос»).

Некорректные уловки в споре:

1) *Создание атмосферы интеллектуального и морального превосходства* («Товарищ с неполным средним образованием берётся меня учить...», «Вы говорите о таких плоских и давно доказанных истинах...»).

2) *Создание отрицательного имиджа оппонента* (посредственный, заумный, трусливый и т.д.).

3) *Создание ложных аксиом* («Любому ребёнку известно...», «Ни для кого не секрет...», «Всем известно...», «Никто не станет отрицать...», «Это пройденный этап...», «Уже давно доказано, что...»).

4) *Выход из спора в ситуации отсутствия аргументов* («Я не хочу с вами спорить, потому что вас не переспоришь...»).

5) *Апелляция к мыслям и невысказанным аргументам противника, которые якобы уже известны*.

6) *Грубый срыв спора* (перебивание, повышение голоса, затыкание ушей, топот ногами, освистывание, переход на угрозы, требования).

7) *Инсинуации, ложные намёки и заявления* («Ясно, чем вы там занимаетесь...», «Мы ещё разберёмся, что у вас за отношения...», «Да всем известно, откуда у вас деньги»).

8) *«Довод к городовому»* («Ваши заявления вредны и опасны для общества...»).

9) *«Палочные доводы»* (прямой намёк оппоненту на разглашение какой-либо неприятной для него информации).

10) *«Чтение в сердцах»*, т.е. критика не аргументов, а мотивов противника («Вы так говорите из жалости к ним...», «Вы так считаете, потому что боитесь своего начальства...», «Вы прикрываете свою спину...»).

11) *«Двойная бухгалтерия»*, т.е. отвод истинного и важного довода оппонента в качестве ложного («Это к делу не относится...», «Это слишком наивно, чтобы в это поверить...»).

12) *Задабривание* («Не буду долго задерживать ваше внимание»).

13) *Призыв, просьба* («Я призываю вас отказаться от этого...», «Будьте честными перед своей совестью...», «Прошу поддержать мою позицию»).

14) *«Обязывание»* («Вы обязаны согласиться...», «Вы не можете не согласиться...»).

15) *Уклонение от разговора по существу* («изматывание противника»), т.е. увод разговора в сторону второстепенными вопросами, рассказами на отвлеченные темы.

16) *Уклонение от вопросов.*

17) *Смещение времени действия.*

18) *Лесть.*

19) *Подмена тезиса.*

20) *Аргумент к личности.*

21) *Аргумент к публике.*

22) *Ссылка на авторитеты.*

23) *Использование коротких, дискредитирующих противника фраз* («Вы уходите в сторону», «Это не относится к делу», «Не путайте яблоки с апельсинами», «Ты как всегда не умеешь слушать»).

24) *Гипертрофирование аргументов*, т.е. намеренное преувеличение чужих утверждений, доведение их до абсурда с целью высмеять противника.

25) *Нечестное опровержение*, т.е. отрицание всех чужих доводов с использованием для подтверждения своих слов всего нескольких самых слабых тезисов противника.

Существуют определённые методики противодействия некорректным приёмам спора. Например, если оппонент апеллирует, что «это давно всем известно, уже давно доказано», можно сделать комплимент глубокой эрудированности человека и спросить присутствующих, могут ли они привести конкретный пример о том, где, кто и когда это исследовал.

Тактику «опровержения второстепенных аргументов» можно раскритиковать, указав, что довод несостоятелен: «Ну и что, это ничего не доказывает». Ссылку на авторитет можно нейтрализовать, например, прямым заявлением: «Я ценю это мнение, но, к сожалению, оно ничего не доказывает». Уход от темы разговора можно прокомментировать следующим образом: «Простите, мы сейчас не об этом говорим». Оппоненту, который ссылается на своё положение, можно ответить: «Я знаю и ценю ваш опыт, но это не аргумент». Услышав уловку «сведение к абсурду», можно заметить: «Не будем преувеличивать». На уловку «апелляция к публике» можно ответить: «Даже если это и так, у меня есть своё мнение». На «ответ в кредит» («оттягивание возражения») можно предложить: «И всё-таки я хотел бы услышать ваше мнение». В ответ на требование ответа «да» или «нет» нужно указать: «Здесь однозначно не ответишь».

Общие правила ведения спора:

1. Если можно достичь согласия без спора, лучше не спорить.
2. Спорьте только по принципиальным вопросам, а не по мелочам.
3. Определите предмет спора и выделите пункты разногласия.
4. Выделите главное разногласие и придерживайтесь его.
5. Следите за тем, чтобы оппонент не отклонялся от темы.
6. Уважайте своего оппонента, делайте ему комплименты.
7. Внимательно слушайте оппонента и анализируйте его доводы.
8. Будьте сдержанными и уверенными.
9. Следите за поведением оппонента, постарайтесь правильно оценить его действия.
10. Подберите убедительные аргументы для подтверждения своих тезисов и опровержения чужих.
11. Выстройте тезисы в грамотной последовательности.
12. Постарайтесь наступать, а не защищаться.
13. Доказывайте не все, а только сильные аргументы.
14. Опровергайте не все, а только слабые аргументы противника.
15. Используйте приём внезапности.
16. Будьте лаконичными.
17. Используйте доводы противника для доказательства своей позиции.
18. Не отрицайте доводы оппонента, если они очевидны.
19. Не спорьте неподготовленными.
20. Используйте только корректные приёмы спора.
21. Используйте в споре помощь присутствующего, особенно если это авторитетное лицо.
22. Делайте резюме в конце общения.

Таким образом, искусство спора предполагает владение полемическими приёмами, правилами аргументации, соблюдение этических требований к культуре спора, умение противостоять уловкам противника.

# ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ РЕЧИ

## План

1. Понятие «выразительность речи».
2. Выразительность как коммуникативное качество речи.
3. Пути совершенствования речевой выразительности.
4. Синтаксические и лексические средства выразительности.

Общение – процесс передачи и приёма информации, регулирования отношений между партнёрами, каждый из которых обладает специфическим мировосприятием, индивидуальным спектром душевных переживаний, эмоций. Поэтому в речевом общении мы наблюдаем ситуации, когда одни и те же предметы и явления у людей вызывают различные ощущения, ассоциации, образы. Соответственно по-разному мы пользуемся образными средствами речи: кто-то существенно больше, кто-то сдержаннее; в одном языковом стиле заметно активнее, чем в другом. К примеру, выразительная «окрашенность» разговорного, художественного или публицистического стилей, как правило, отлична от более «сухого» языка официально-делового и научного стилей.

Выразительность – важное и необходимое качество нашей речи. Язык – это гибкая, саморазвивающаяся система, которая постоянно изменяется под воздействием внешних и внутренних тенденций и закономерностей. То есть не только обстоятельства и мы, как языковые личности, влияем на язык, но и сам язык воздействует на культуру личности. В современном прагматическом мире логика всё более вытесняет, подавляет чувства, всё острее ощущается нехватка, ограниченность средств выражения эмоций. Привычным явлением становится нивелирование эмоций в молодёжной среде сдержанно лаконичным сленгом (брага, гламур, жесть, клёво, круто, лажа, отстой, фигово и т.п.). В итоге сегодняшний человек эмоционально беднеет, черствеет душой, грубеет речью. Как справедливо отметил автор «Словаря богатств русского языка» В.К. Харченко, из современной речи исчезла «пафосность», высокая, элитарная речь, которая обогащает и украшает наше «обыденное» словесное общение. Поэтому задача каждой сознательной личности – расширять горизонты своего словопользования, развивать свою языковую «персоносферу» (М.Н. Эпштейн), в том числе путём активной речевой практики, тренировкой общительности, интеллектуальности, памяти, воображения, волевых усилий, эмоциональности, а иногда и своей индивидуальности, неповторимости, оригинальности языкового сознания.

Речь всегда направлена на конкретного или возможного адресата и предполагает не только передачу информации, воздействие на сознание человека, но и, что не менее важно, способствует возбуждению определённых чувств, эмоций, побуждает к действию, поддерживает внимание и интерес слушателя или читателя, вызывает у них конкретно-

чувственные, живые, яркие образы. В наибольшей степени это касается художественной речи по причине специфики словесного творчества, в котором всегда, иногда более явно, иногда скрыто, завуалировано, как бы затаённо, отражаются чувства, настроение, отношение автора к художественным образам. Однако и нехудожественная речь (научная, деловая, а особенно публицистическая) в той или иной мере может быть выразительной (например, с помощью изменения порядка слов, построением упрощённых конструкций предложения). Выразительные компоненты речи способны выделить в ней главное, облегчая восприятие всего сообщения.

Выразительность речи – семантическое или формальное выделение речи с целью акцентировать внимание и интерес слушателя или читателя. Выразительность речи – яркое, непосредственное, живое говорение, умение использовать разнообразные средства языковой образности, в том числе и на письме. Понятие выразительность включает в себя образность, эмоциональность, экспрессивность речи. Выразительность речи – это не врождённое свойство. Его необходимо осознанно и систематически тренировать, совершенствовать, по мере возможности оттенять, вытеснять непосредственную, спонтанную, произвольную выразительность речи более сдержанной, осознанной, интонационной и стилистической. Нужно формировать навыки самоконтроля над речью, умение видеть и оценивать что в ней выразительно, ярко, нешаблонно. В освоении языковой выразительности важны образцы, эталоны выразительной речи. Это может быть речь артистов театра и кино, теле- и радиоведущих. Источником развития выразительности речи могут служить литературные и особенно фольклорные произведения (пословицы, скороговорки, загадки, песни, сказки и т.д.), язык которых необычайно экспрессивен, эмоционален.

По выразительности речи мы можем судить об отношении говорящего к предмету разговора и аудитории, о профессиональных качествах собеседника и его чувстве меры, о лексико-интонационном богатстве словарного запаса и элементарных лингвистических знаниях личности, о речевых привычках человека и умении вести себя в разнообразных и неповторимых (неидентичных) жизненных ситуациях. Б.Н. Головин выделил семь условий достижения выразительности речи:

- 1) самостоятельность мышления автора речи;
- 2) равнодушие, интерес автора речи;
- 3) хорошее знание языка, его выразительных возможностей;
- 4) хорошее знание свойств и особенностей языковых стилей;
- 5) систематическая и осознанная тренировка речевых навыков;
- 6) сознательное намерение автора говорить и писать выразительно, психологическая целевая установка на выразительность;
- 7) условие объективное, языковое, не зависящее от воли, желаний, сознания человека.

Основным условием выразительности является способность автора к эмоциональному восприятию собственной речи, умение быть заинтересованным, «вжиться», «принять к сердцу», прочувствовать смысл сказанного или написанного. Выразительность речи непосредственно связана с уровнем эмоциональности и воображения человека. При этом следует избегать шаблонности мышления, стремиться к самостоятельности, оригинальности высказывания, индивидуальности речевых образов. Выразительность речи не возможна без умения логически, образно, эмоционально мыслить, и только на основе этого формируется способность осмысленно и ярко высказываться.

Выразительность речи не возможна также без хорошего знания выразительных возможностей языка, умения оформлять связное высказывание. Так, хорошее знание словаря позволяет человеку выбрать наиболее выразительное слово, наиболее подходящее по смыслу в данном контексте. Знание грамматики даёт возможность влиять на образность высказывания различными стилистическими средствами (повтором, порядком слов, выбором разнообразных типов предложений). Развитие фонетической стороны речи (правильного темпа, чёткой дикции, силы голоса, выразительной интонации, необходимого ударения, паузы) способствует созданию звуковой выразительности. Таким образом, можно говорить о выразительности *произносительной, акцентологической, лексической, словообразовательной, морфологической, синтаксической, интонационной, стилевой*. Важное условие выразительности – разумное сочетание *невербальных* (жесты, позы, мимика) и *вербальных* (фразеологизмы, афоризмы, сравнения, метафоры, эпитеты, синонимы и т.д.) выразительных средств речи.

К *синтаксическим* средствам выразительности относятся *хиазм* – повтор языковых единиц в обратном порядке («Мы – не рабы, рабы – не мы», «Мы едим, чтобы жить, а не живём, чтобы есть»); *многосоюзие* – многократное повторение союзов («И страдаю, и зову, и плачу...»); *повтор* – усиление смысла путём дублирования слов и фраз («Золотая чаша, золотая...», «Земля в иллюминаторе, земля в иллюминаторе видна...», «милая, милая, милая, нежный мой ангел земной...»); *гомеология* – повтор однотипных окончаний или морфем («СУПЕРскидка на СУПЕРтелефон!»); *бессоюзие* (асиндетон) – опущение союзов при перечислении («Жить стало лучше, спокойнее, веселее»); *зевгма* – опущение главного члена предложения в одной из его синтаксически однородных конструкций («Дети шли в детские сады, ученики в школы, взрослые на работу»); *антитеза* – противопоставление («Огонь и лёд», «Война и мир»); *градация* – постепенное усиление или снижение эмоционального содержания высказывания («Молодость – хороший возраст, молодой, шухерной»); *инверсия* – нарушение обычного грамматического порядка в расстановке слов или словосочетаний во фразе («в зарубежную командировку поеду я»); *обрыв* (умолчание) – неожиданная остановка речи, рассчитанная на

домысливание, сопереживание адресата («Да... Вот так всегда...»); *оксюморон* – соединение противоречащих по смыслу слов («Горячий снег, горькая радость, сладкая боль»); *риторический вопрос* – вопрос, не требующий ответа («А кому сейчас легко? А не пойти ли нам домой?»); *анафора* – повтор начальных слов в рядом стоящих предложениях («Погода сегодня чудесная, погода лучше, чем вчера, погода замечательная»); *эпифора* – повтор завершающих слов предложения и др. Эти выразительные средства иногда называют стилистическими фигурами.

К *лексическим* средствам выразительности относятся метафора, сравнение, эпитет, гиперболы, метонимия, аллегория, литота, синекдоха, перифраза, аллюзия, фразеологизм. Традиционно их называют тропами.

*Эпитет* – образное подчёркивание характерных свойств, качеств предмета или явления. Эпитет является одним из наиболее распространённых образных средств, которое акцентирует внимание не на прямом, а на абстрактном смысле высказывания (дикий крик, светлая голова, золотые руки).

*Сравнение* – слово или выражение, в котором противопоставляются явления или предметы, в результате чего одно из них характеризуется, описывается, конкретизируется при помощи другого (круглое, как солнышко; твёрдый, как камень). Сравнение помогает оживить речь, сделать её яркой, зрительно наглядной.

*Метафора* – выразительное средство речи, в котором сопоставляются определённые явления или предметы на основе общих для них черт и при этом субъект сопоставления, в отличие от сравнения, не называется (идёт снег, встаёт солнце, пришло лето и др.).

*Метонимия* – замена одного названия предмета или явления другим названием на основе внутренних или внешних связей. Метонимия помогает акцентировать внимание на понятии, передать его более ярко, образно (Пинск гуляет на масленице; аудитория бурно обсуждает услышанное; деревня гудит, возмущается).

*Перифразис* – замена слова описательным выражением (нефть – чёрное золото, волк – санитар леса), часто используемое в рекламных девизах-слоганах («Твикс – сладкая парочка», «Орбит – морозная свежесть»).

*Антифразис* – употребление слова в прямо противоположном значении с соответствующей иронической интонацией («подарочек» вместо «штрафа», «щедрость» вместо «скудости»).

*Гипербола* – замена слова или выражения другим, крайне преувеличенным (любой чиновник – посредственная, но крайне амбициозная личность, старающаяся компенсировать должность, положением свою неполноценность, стремящаяся к власти, корысти и выгоде).

Выразительность является важным качеством современной публицистики, художественной литературы, разговорной речи, однако обилие тропов и фигур не должно быть самоцелью, не должно оттенять информативность содержания, а только подчёркивать высказывание,

заострять внимание слушателей или читателей. Выразительной речью может стать и благодаря диалектизму, жаргонному, вульгарному слову, поэтому необходимо правильно и соразмерно пользоваться выразительными возможностями речи, использовать определённые лексические единицы оправданно и уместно.

Б. Головин отмечает, что качество выразительности необходимо сообщать речи, согласовывая с ситуацией общения: «Выразительность восхищения неуместна у постели больного, выразительность умиления – на теоретическом симпозиуме, выразительность досады и раздражения – в общении учителя с учениками» [6, с. 188]. А для этого автору высказывания необходимо чётко представлять: 1) что нужно сказать; 2) для чего нужно говорить; 3) что надо достичь; 4) какое личное отношение к предмету речи; 5) какой будет ситуация речи (фон); 6) какие экстралингвистические средства будут «дополнять» слова.

Таким образом, выразительность является важнейшей чертой как письменной, так и устной публичной речи, основой речевой коммуникации, средством акцентирования внимания и интереса слушателя или читателя, свидетельством профессиональной и духовной зрелости человека.

## ТЕХНИКА РЕЧИ

### План

1. Понятие «техника речи».
2. Интонация.
3. Голос.
4. Дикция.
5. Чтение в процессе подготовки и тренировки публичной речи.

Качество публичной речи зависит не только от её содержания, но и от способа её подачи адресату. Письменная речь чаще всего более организована: её можно перечитать, исправить. Устная речь несколько упрощена, в ней отсутствуют синтаксические усложнения, но более хаотична (нередко создаётся за миллисекунды, секунды, минуты), из-за чего появляются несогласованности словоформ, перебивы, повторы, искажения звучания, а в результате затрудняется восприятие смысла сказанного. Известный лингвист Е.А. Брызгунова, анализируя особенности устной речи, справедливо отмечает: «Чёткость артикуляционных переходов, умение держать основной тон и интенсивность звука, владение речевым дыханием – это признаки первой необходимости для формирования приемлемого и общедоступного качества речи» [3, с. 62]. В данном случае эти речевые характеристики условно можно объединить одним термином «речевая техника».

Техника речи – умение владеть такими качествами голоса, как сила, звучность, высота, чёткая дикция, правильные интонации.

Интонация (лат. *intonatio* – «громко произносить») – тональная окраска слов, последовательность тонов, различающихся по высоте, темпу, тембру. Учёные подсчитали, что интонация может передавать до 40 % смысла высказывания. Интонация – неотъемлемый компонент устной речи, а иногда единственное средство выражения определённых элементов значения во фразе. На письме интонация частично выражается знаками препинания, подчёркиванием слов, членением текста на абзацы, вариациями шрифтов, однако спектр передаваемых интонацией значений намного шире сравнительно с пунктуацией. Устная речь заметно богаче в интонационном плане, значительно конкретнее по своей природе. Выражая тончайшие, еле уловимые оттенки чувств и особенности психо-эмоционального состояния говорящего, интонация является одним из основных средств создания высокохудожественного образа на сцене, в кино, в искусстве выразительного чтения. Известный театральный режиссёр К. Станиславский писал: «На слушателя влияют не только мысли, представления, образы, связанные со сказанными словами, но и звуковая окраска слов – интонация и красноречивое молчание, которое договаривает недосказанное словами. Интонация и паузы сами по себе, без слов, имеют силу эмоционального влияния на слушателей».

Интонация выполняет следующие *функции*:

1. Выражает тип высказывания (вопрос, утверждение, побуждение).
2. Выражает коммуникативный порядок высказывания (старое / новое: в класс зашёл Николай) и устанавливает между частями фразы смысловые отношения.
3. Выражает эмоции говорящего.
4. Выражает оценку автора к высказанному.
5. Воздействует на эмоции слушающего, убеждает.
6. Указывает на завершённость-незавершённость высказывания.
7. Оформляет группы слов или предложений в единое интонационное высказывание с общим фразовым акцентом.
8. Способствует акустическому благозвучию отрезка речи, в частности расчленяет текст на предложения, абзацы, синтагмы, т.е. на соизмеримые по времени звучания фрагменты.
9. Выделяет наиболее важные по смыслу компоненты высказывания.

Узкий диапазон голоса содействует монотонным интонациям, которые убаюкивают слушателей, могут вызвать раздражение, агрессию. Умение менять интонации, находить наиболее правильные и выразительные – способность убеждать, доводить до каждого слушателя свои мысли, чувства и волю. Насчитывают свыше 20 типов интонации: пронзительная, глухая, средняя, приглушенная, ироническая, саркастическая и т.д. Иногда в высказывании на первом месте не смысл, а интонация. Так, фраза «какой ты вредный» с иронической интонацией изменяет смысл почти на противоположный. Выражение «сейчас бегу!» в зависимости от интонации может обозначать как готовность прийти на помощь, так и решительный

отказ. В речи и в памяти носителей речи существуют интонации-клише, использование которых предполагает «вспоминание» нужной интонации. В результате прежде чем определить смысл фразы слушатель, реципиент соотносит услышанное со своим набором интонаций. Главные, значимые, важные слова в речевом потоке необходимо выделять более медленным темпом произношения с паузами и эмоционально возвышенной, страстной интонацией. Соответственно место фразового акцента показывает на смысловой центр высказывания, на наиболее интересующий говорящего элемент предложения: ср. *Ты* приехал из Пинска? и Ты приехал из *Пинска*?

На практике интонация создаётся распределением силы динамического (экспираторного) удара между словами, мелодикой речи, паузами, темпом речи, ритмико-мелодическими средствами, громкостью речевого потока, эмоциональными оттенками голосового тембра. В устном выступлении к интонации предъявляются следующие требования:

- натуральность, правдивость (способность легко изменять тональность, точно передавая своё душевное состояние и избегая при этом надуманности, «фальшивости», преувеличения);
- соответствие подобранных способов интонирования содержанию выступления;
- сочетание различных способов выделения фразы: словесно-логического (выделение наиболее важного слова) и эмфатического (подчёркивание эмоционального значения слова).

Важно помнить, что кроме желания сказать существует более важная задача – быть услышанным. Фраза, сказанная с «проходной» интонацией, не убедит слушателей, а монотонная и неэмоциональная речь «усыпит» присутствующих, или «оглушит» аудиторию своей громкостью. И наоборот, правильное, красивое звучание способно подчеркнуть чёткость построения высказывания, ясность изложения, яркость слова, содействует более полному усвоению сказанного. Когда про человека говорят, что у него хорошо поставлен голос, это значит, что подобрано необходимое напряжение для наилучшего звучания голоса, подобран тон, который утомляет автора и аудиторию наименее (для этого следует заботиться о тишине окружения). Публичное выступление лучше всего начинать не слишком громко, чтобы в перспективе при необходимости выделить повышением голоса и умеренным темпом важные моменты, чтобы хватило голоса и силы завершить выступление.

Важно следить за своим дыханием, которое называют энергетикой голоса. Управление голосом помогает управлять отношениями с людьми. Например, речь в низком регистре, в медленном темпе и с отделением паузами каждого слова способна убедить в уверенности говорящего, скрыть в нужный момент эмоции. Для выступающего важно уметь, оставаясь в рамках определённого речевого тона, незаметно и естественно переходить из одного голосового регистра в другой, изменять темп и силу речи согласно логического и эмоционального содержания той или иной части выступления.

Тон – это изменение высоты звука, частоты его колебаний в герцах. Для мужчин характерна частота 85-200 герц, а для женщин – 160-340 герц. С помощью длительных упражнений можно расширить свой природный частотный диапазон, однако более важно научиться свободно (пластично) варьировать тон в своём диапазоне. Пластичный голос кажется более задушевым. Хорошей тренировкой для голоса является пение, прежде всего, романсов и баллад, в которых характер частотных переходов близок к ораторскому.

*Тональные изменения:*

1. Ровный тон.
2. Восходящий тон – используется в общем вопросе («он приехал?»), а также перед паузой внутри фразы (кроме отдельных случаев).
3. Нисходящий тон – является показателем повествовательного значения речевого высказывания.

Тональные композиции – схемы изменения тонов. Например: нисходящий – ровный низкий – восходящий («вы Петрова не видели?»); восходящий – ровный высокий – нисходящий («вы Петрова не трогайте»). Увеличение тонального акцента характерно вопросам с оттенком удивления и подтверждения ожидаемого («это Петров // сделал?», «Так и произошло \\\»).

Каждый голос имеет свои индивидуальные характеристики: высоту (высокий – средний – низкий), темп (длительный – обычный – ускоренный), звуковой объём (резонанс, интервал между самым низким и высоким звуками), тембр, диапазон, интенсивность. Они не являются постоянными, а способны изменяться в зависимости от эмоционального состояния человека, условий коммуникации, вида речевого высказывания.

*Типы голоса:*

1. Напряжённый – указывает на повтор или переспрос («Что-что ты говоришь?»).
2. Расслабленный – «ласкающий» голос («Ах, ты мой миленький!»).
3. Придыхательный – выражает высокую степень чувства («Ах, как она прекрасна!»).
4. Скрипучий – выражает отрицательное отношение («Зря ты ему помогал»).

Звучание речи не может быть постоянным – оно ритмично, а ритм создаётся паузами, количество которых зависит от того, речь импровизирована или подготовлена. В последнем случае паузы обычно соотносятся с имеющимися на письме разделительными знаками. В тех случаях, когда текст не подготовлен заранее, между отдельными законченными высказываниями или их частями паузы могут отсутствовать, и, наоборот, они могут появиться там, где ни грамматически, ни логически не мотивированы. Однако они воспринимаются всегда хорошо, так как слушатели чувствуют непосредственность речи, натуральность звучания, именно поэтому импровизация требует не только знаний, мастерства и уверенности в своих силах, но и значительного такта, чувства меры как

нормы поведения. Существуют определённые правила употребления речевых пауз: перед выступлением они необходимы автору, чтобы собраться с мыслями, обдумать речь, а аудитории – чтобы настроиться на слушание, привыкнуть к говорящему; в середине выступления – для разделения изложения мыслей, организации внимания слушающих. Речевые паузы также облегчают дыхание, позволяют пополнить запас воздуха в лёгких, улучшают восприятие речи. В публичной речи необходимо умело сочетать различные виды пауз:

1. *Физиологические (дыхательные)*. Они автоматичны, однако иногда неумение владеть речевым дыханием приводит к необоснованному выделению слов, создает навязчивую и громоздкую смысловую перегрузку, утомляет слух необоснованными паузами.

2. *Ритмические* – в конце или середине стихотворной строки.

3. *Смысловые (логические)* – между предложениями, абзацами, параграфами, частями текста.

4. *Психологические* – возникают от волнения или специально для привлечения внимания слушателей.

5. *Синтаксические* – выделяют обособленные члены предложения.

Интонация является действенным языковым знаком, выражает смысл, значение, цель высказывания. Правильная и выразительная интонация является основой хорошо поставленной речи, важнейшим компонентом общения говорящего и слушающего, эффективным способом воздействия на собеседника. При этом чёткость и громкость устной речи может быть «подавлена и уничтожена» монотонностью звучания. Важно помнить, что индивидуальные и профессиональные (у дикторов новостей, экскурсоводов, продавцов, воспитателей детских учреждений и т.д.) особенности интонирования высказываний не должны диаметрально расходиться с традиционными тональными изменениями.

Дикция – ясность и отчётливость произношения звуков, слогов, слов с правильной артикуляцией. Дикция предполагает соблюдение правил орфоэпии. Выработке хорошей дикции способствуют скороговорки. Например: «Три щенка щёкой к щеке щиплют щётку в ящике», «Ткач ткёт ткани на платок Тане», «В марте Марк рвёт мак», «Купи кипу пик», «Мама мыла Милу мылом», «Саша шапкой шишку сшиб», «Наташа с ушами, а Саша с усами». Эффективными дикционными упражнениями являются произношение фраз шепотом, напев вполголоса.

На дикцию влияет не только умение артикулировать звуки, но и *темп речи* – скорость произношения слов и длина пауз между ними, которые зачастую индивидуальные. Нельзя утверждать что сдержанная, медленная речь обязательно плохая, а темпераментная, быстрая, страстная, наоборот, хорошая. Речь не может быть идеальной равно, когда угнетает слушателя своей медленностью и когда раздражает чрезмерной скоростью, отсутствием логических и психологических пауз. Одновременно при всей необходимости говорить темпераментно, энергично, с различной силой и

высотой звучания, важно сохранить меру и такт, чтобы не превратиться в актёра, который считает своей задачей веселить и забавлять публику.

Техника речи непосредственно влияет на качество высказывания, особенно на понимание его адресатом, поэтому необходимо целенаправленно учиться контролировать оптимальную чёткость звучания. Неоправданно быстрая речь может привести к искажению артикуляции звука, незавершённости в произношении или обрывам, провалам звуков (слов). Особенно внимательными следует быть при ускоренном чтении текста вслух, когда, как известно, взгляд читающего опережает его голос на несколько слов. В подобной ситуации зрением пропускаются предшествующие и «выхватываются» последующие звуки и слоги, что может привести к искажению смысла высказывания: *он был успешным музыкантом* → *он был спешным музыкантом*; *делай что должно и будь что будет* → *делай что ложно и будь что будет*; *обрушился экономический кризис* → *обрушился комический кризис*; *люди могут выбросить из своей жизни всё что угодно* → *люди могут выбросить из своей жизни всё что годно*.

Практическое освоение основ речевой техники, состоящей из таких компонентов, как сила, звучность, высота, дикция, интонации), является залогом успеха речевой коммуникации, позволяет оптимально управлять вниманием и интересом слушателей, доносить необходимую информацию, быть в достаточной мере «услышанным».

Важным средством контактности выступления являются личные местоимения. Местоимение *я* в устном высказывании следует употреблять осторожно и в меру, так как оно дистанцирует выступающего. На *вы* оратор обращается к слушателям, тем самым выражая своё уважение к аудитории. Местоимение *мы* имеет несколько значений: лекторское «мы»; «мы» выступающего и слушателя. Местоимение *мы* помогает создать и передать атмосферу доверия, взаимопонимания. В публичных выступлениях широко используются местоименные конкретизаторы, усиливающие степень контактности: *мы сами, мы вместе, мы все, вместе с вами* и др. Эффективным способом контактности являются глагольные формы, которые приглашают слушателей принять участие в обсуждении событий, фактов, проблем: *определим, объясним, уточним, конкретизируем, выясним, отметим, давайте рассмотрим* и др. Подобную функцию выполняют во вступлении следующие вставные конструкции: *как вы понимаете, как вы догадываетесь, как вы знаете, как вы заметили, согласитесь, представьте* и др. Они являются как бы призывом к концептуальной солидарности во взглядах и одновременно подготавливают слушателей к восприятию новой информации.

Эффективным способом поддержания контакта с аудиторией является вопросно-ответный ход, когда спрашивающий сам отвечает на свой вопрос, активизируя внимание слушателей и направляя их мысли в нужном русле. Следует помнить, что настраивают слушателей против оратора и разрушают

речевое общение менторский (высокомерно-поучительный) тон, показное превосходство, неуважение чужой точки зрения, публичные замечания, открытое выражение своих симпатий и антипатий, завышенная громкость звучащей речи.

Чтение вслух является одним из эффективных способов тренировки публичной речи. Оно обогащает лексический запас, грамматический строй речи, приучает говорить согласно языковым нормам, тренирует чёткость дикции и умение владеть различными интонациями. Чтение вслух позволяет избавиться от речевых недостатков (косноязычия, запинок, оговорок, слов-паразитов), т.к. написанные тексты в достаточной мере отредактированы, качественнее по форме и содержанию, чем устная речь. Читать вслух нужно чётко проговаривая слова, не торопясь, в разговорном темпе. Манера произношения должна быть натуральной: напоминать не чтение, а рассказывание, изложение собственных мыслей. Для последующей коррекции своей речи полезно делать аудиозаписи своего чтения.

Чтение – вид речемыслительной деятельности, в основе которой лежит умение воспринимать графические знаки и умение воспринимать смысл содержания текста. В зависимости от полноты и точности понимания текста выделяют ознакомительное (беглое, просмотрное) и аналитическое (изучающее) чтение. По форме восприятия и воспроизведения различают чтение «про себя» и «вслух».

Чтение – один из основных источников информации для публичного выступления. Очевидно, что чтение требует определения степени достоверности и изучения воздействующего потенциала информации, поэтому оратору важно сопоставить прочитанное в различных источниках, отобрать, оценить и осмыслить материал в контексте темы своего выступления. Тексты научные, документальные в данном случае приоритетнее материалов публицистических и художественных. Научно-популярные тексты для чтения вслух должны содержать только достоверные сведения, быть доступного изложения и высокого художественного уровня.

Культура чтения вслух предполагает простоту, натуральность, выразительность, эмоциональность, искренность. Читать нужно чётко, внятно, не очень громко, но и не очень тихо, соблюдая паузы в тексте. Вместе с тем, это должно быть выразительное чтение, эмоционально окрашенное, способное держать внимание т.к. монотонное, однообразное чтение текста или чтение с запинками утомляет и раздражает аудиторию. Искусство чтения вслух предполагает подходящий темп исполнения, изменение силы голоса, повторное возвращение к отдельным фрагментам, обмен мнениями, вопросы, выделяющие главное. Читающий вслух должен сопереживать автору, «заразиться» текстом, эмоционально его пережить. В идеале тексты любого функционального стиля лучше всего читать наизусть, пересказывать, читать так, как будто лишь пробегаешь глазами по

страницам. Особенно это касается рассказывания детям сказок, произведений, специально созданных для устного воспроизведения. В научном стиле возможно непосредственное чтение для более точного воспроизведения материала. По мнению М.А. Рыбниковой, «исполнение должно иметь целью произнести текст с максимальной передачей темы произведения и его идейного замысла. Чтение должно соответствовать стилю произведения, его жанровым особенностям; это исполнение воплощает в голосе логическую и синтаксическую мелодику речи, музыку и ритм стиха, тот или иной строй прозы... Оно должно быть громким, ясным, чётким, доносящим до слушателя с полной чёткостью звучащее слово» [24, с. 12]. Умение выразительно читать не природное, его можно выработать и развить путём постоянной тренировки дикции и голоса.

Чтение вслух широко распространено в образовательном процессе, имеет целью обучение и воспитание аудитории. В этом случае перед чтением проводится вступительная беседа, в которой у слушателей вызывается соответствующее эмоциональное состояние, объясняются незнакомые новые слова, текст связывается с жизненным опытом. Непосредственно чтение вызывает у детей яркий эмоциональный отклик, повышенный интерес, сопереживание, однако первоначальное восприятие зачастую поверхностное, иногда с неприятием авторской позиции. Поэтому после чтения организуется повторная беседа (обычно менее продолжительная, чем первая), которая помогает сориентироваться в главной идее, подводит к более глубокому размышлению. Л.М. Гурович, Л.Б. Береговая, В.И. Логинова рекомендуют во время беседы спросить что понравилось и что не понравилось в услышанном, задавать вопросы на воспроизведение наиболее важных эпизодов и вопросы проблемные, помогающие понять смысл текста (Какие чувства испытывает герой? Как он реагирует на жизненные ситуации? Почему он так поступил? Что бы вы сделали на его месте? Как бы вы поступили?..). В работе с дошкольниками не рекомендуется читать более 20–25 минут, т.к. дети быстро устают, их внимание рассеивается. Н.А. Рубакин отмечал, что главное в чтении не текст сам по себе, а мысли и чувства, образы, вопросы, которые рождаются в душе читателя: «Сколько читателей, столько и содержания произведения».

Таким образом, техника речи как мастерство звукового воплощения мысли, синтезирующее в себе такие ключевые понятия, как дикция, голос, интонация, представления о произносительном аппарате человека и процессе речеобразования, влияет на глубину восприятия содержания, эмоционально-эстетическое богатство (красоту и звучность голоса, чёткость дикции, разнообразие и глубину интонации) высказывания.

## КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ

Тестовые задания предназначены для осмысления основного содержания дисциплины, понимания теоретических аспектов риторики, повторения и закрепления учебного материала, проверки усвоенных знаний. Тесты могут быть использованы как в подготовке к аудиторным занятиям, так и к зачёту.

### I. ОСНОВЫ РИТОРИКИ

*1. Основные законы риторики (по А.К. Михальской) это:*

- а) закон диалогизации речи;
- б) закон близости содержания речи интересам и жизни адресата;
- в) закон логичности речи;
- г) закон конкретности речи;
- д) закон движения речи к цели;
- е) закон эмоциональности речи;
- ж) закон эстетического удовольствия от речи.

*2. Риторика – это:*

- а) наука об убеждающей речи;
- б) дисциплина, которая способствует формированию компетентности личности в публичной речи;
- в) дисциплина о речевых нормах, наиболее значимых в общественной жизни.

*3. Этапы риторического канона располагаются в следующей последовательности:*

- а) инвенция, элокуция, диспозиция, меморио, акцио;
- б) инвенция, диспозиция, элокуция, акцио, меморио;
- в) диспозиция, инвенция, элокуция, меморио, акцио;
- г) инвенция, диспозиция, элокуция, меморио, акцио;
- д) элокуция, инвенция диспозиция, акцио, меморио.

*4. Инвенция – это стадия ... речевого материала в риторическом каноне.*

- а) выражения;
- б) расположения;
- в) изобретения;
- г) добывания;
- д) произнесение.

*5. Диспозиция – это:*

- а) искусство упорядочивания выступления;
- б) этап сбора материала;
- в) раздел риторического канона, в котором происходит украшение речи;
- г) раздел риторического канона, в котором создаётся композиция речи;
- д) этап изобретения речевого материала.

*6. Элокуция – это:*

- а) этап риторического канона по окончательному созданию текста выступления;
- б) этап поиска оптимальных языковых средств речи;
- в) этап поиска наиболее эффективных аргументов;
- г) этап языкового оформления и украшения речи;
- д) этап риторического канона по написанию письменного текста или устного выступления, редактирования речи.

*7. Ораторскую речь по цели высказывания подразделяют на:*

- а) полемическую;
- б) агитационную;
- в) эпидейктическую (побуждающую);
- г) аргументирующую (убеждающую);
- д) информирующую.

*8. Актуальность и новизна сообщения, отсутствие спорных моментов, наличие элементов активизации и удовлетворения интересов слушателей – характерные черты ... речи.*

- б) агитационной;
- в) эпидейктической;
- г) аргументирующей;
- д) информационной.

*9. Основными видами красноречия являются:*

- а) социально-политическое;
- б) академическое;
- в) агитационное;
- г) социально-бытовое;
- д) судебное;
- е) богословско-церковное.

*10. Особенностью академического красноречия является:*

- а) аргументированность;
- б) логичность;
- в) доступность;
- г) научность терминологии;
- д) сообщение не известным аудитории научных сведений;
- е) предельная выразительность устной речи.

*11. Жанром академического красноречия не является:*

- а) вузовская лекция;
- б) выступление на митинге;
- в) защита курсовой работы;
- г) выступление с докладом на конференции;
- д) школьная лекция;

*12. К жанрам академического красноречия относятся:*

- а) научный доклад;
- б) научное сообщение;
- в) научная статья;

- г) научный обзор;
- д) лекция.

*13. Жанром социально-бытового красноречия не является:*

- а) тост;
- б) SMS-сообщение;
- в) пресс-конференция;
- г) письмо родственникам;
- д) надгробное слово;
- е) церковная проповедь.

*14. Основными жанрами социально-политического красноречия являются:*

- а) дипломатическая речь;
- б) агитаторская речь;
- в) парламентская речь;
- г) митинговая речь;
- д) военно-патриотическая речь;
- е) телевизионное обращение официальных лиц государства;
- ж) речь на съезде, конференции.

*15. Лаконичность, импровизация, эмоциональность, наличие алогизмов – характерные черты следующего рода красноречия:*

- а) академического;
- б) социально-бытового;
- в) социально-политического;
- г) духовного;
- д) судебного.

*16. Эпидейктическим жанром красноречия является:*

- а) комплимент;
- б) приветствие;
- в) соболезнование;
- г) отчёт;
- д) благодарственное слово;
- е) презентация;
- ж) поздравительная открытка.

*17. Верными являются следующие характеристики деловой речи:*

- а) деловая речь преобладает у государственных служащих, работников министерств и ведомств, местных администраций;
- б) в основе деловой речи лежит неоднозначность терминов и формулировок, предпочтение аллегориям, метафорам, изобразительным средствам;
- в) деловая речь строится с учётом положительной оценки со стороны слушающего;
- г) инициатор делового общения должен управлять ходом разговора, не уступая его партнеру;

д) приоритетами деловой речи выдвигаются интересы дела, логика, корректность, юридическая обоснованность, подавление эмоционально-личных предпочтений;

е) деловое общение способствует более успешной реализации задуманных планов;

ж) участникам делового общения следует анализировать речь собеседника со стороны её новизны, достоверности, перспектив использования.

*18. Основными этапами делового общения являются:*

а) предварительный;

б) ориентировочный;

в) целевой;

г) аналитический;

д) конструктивный;

е) прогностический;

ж) юридический;

з) итогового взвешивания;

и) принятия решения;

к) реализации решения (например, подписание документа).

*19. Верными являются следующие характеристики агитационной речи:*

а) агитационная речь всегда направлена на побуждение к действию;

б) в агитационной речи создаются условия для ощущения слушателем потребности реализовать просьбу оратора;

в) агитационная речь строится с учётом интуиции выступающего;

г) в агитационной речи важно найти моменты взаимопонимания с аудиторией, вызвать её доверие, заинтересовать;

д) у агитатора всегда должны быть в наличии заранее подготовленные необходимые для агитации факты;

е) агитационная речь должна заканчиваться призывом к конкретному действию и информацией об условиях его осуществления;

ж) в основе агитационной речи лежит постоянная прямая агитация аудитории.

*20. Особенностью информационно-агитационной речи является:*

а) страстность;

б) соответствие содержания речи потребностям аудитории;

в) пробуждение любознательности слушателей к затронутой проблеме;

г) акцентация внимания аудитории на нерешённых проблемах;

д) опора в речи на конкретные факты и их анализ;

е) сопоставление старой и новой информации, подчёркивание новизны фактов;

ж) содержательность и лаконичность речи;

з) логичность речи.

*21. Риторика оперирует следующими законами логики:*

а) закон убеждения;

- б) закон тождества;
- в) закон непротиворечия;
- г) закон исключения третьего;
- д) закон достаточного основания.

*22. Темой информационной речи может быть:*

- а) «Киев – столица православия»;
- б) «Как можно использовать Интернет в студенческой жизни»;
- в) «Стоит ли всем заниматься спортом?»;
- г) «Нужно ли помогать бомжам?»

*23. Жанрами информационной речи являются:*

- а) консультация перед экзаменом;
- б) вузовская лекция;
- в) речь на собрании жильцов дома;
- г) выступление на митинге;
- д) рекламная речь;
- е) инструктаж по технике безопасности.

*24. Простейшая схема риторического анализа включает ответы на следующие вопросы:*

- а) что хотел сказать оратор?
- б) что сказал оратор?
- в) как сказал оратор?
- г) что новое сказал оратор?

*25. Наиболее оптимальный темп устной речи:*

- а) 70-100 слов в минуту;
- б) 120-150 слов в минуту;
- в) 160-180 слов в минуту;
- г) 7200-9000 слов в час;
- д) 5-7 слов в секунду.

*26. Оратору необходимы следующие черты:*

- а) уверенность;
- б) увлечённость;
- в) собранность;
- г) скромность;
- д) сдержанность;
- е) оптимизм;
- ж) артистизм;
- з) искренность;
- и) объективность.

*27. Апелляция к авторитетным источникам является ... аргументом речи.*

- а) рациональным;
- б) эмоциональным;
- в) полемическим (эристическим);
- г) сильным;

д) диалектическим.

28. *Апелляция к публике является ... аргументом речи.*

а) эмоциональным;

б) рациональным;

в) сильным;

г) дидактическим;

д) достаточным.

29. *Основными типами дискурса являются:*

а) ритуальный;

б) информирующий;

в) аргументирующий;

г) полемический;

д) агитирующий;

е) эвристический;

ж) гедонистический;

з) художественный.

## II. ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

1. *Соотнесите термины классической риторики с правильными определениями:*

а) элокуция

1) расположение

б) инвенция

2) изобретение

в) диспозиция

3) словесное выражение

2. *Инвенция включает в себя следующие компоненты:*

а) выбор темы;

б) разработка плана;

в) сбор материала;

г) мысленная основа речи;

д) выработка позиции автора;

е) изучение основных понятий.

3. *На этапе расположения выступающий:*

а) продумывает оптимальную последовательность изложения материала;

б) продумывает оптимальность использования подобранных цифр и фактов;

в) продумывает наиболее точные слова и выражения;

г) продумывает эффективное начало и концовку речи.

4. *На этапе выражения выступающий:*

а) подбирает наиболее точные слова и фразы;

б) определяет необходимость написания текста или основных мыслей и выражений, дат и цифр;

в) подбирает образные средства (эпитеты, сравнения, аналогии, риторические вопросы и т.д.);

г) продумывает и облачает в слова связующие все части фрагменты текста;

д) продумывает аргументы и факты.

*5. Общие правила подготовки выступления позволяют:*

- а) создать оптимальные условия для публичного выступления;
- б) избежать непредвиденных трудностей публичной речи;
- в) спрогнозировать возможную реакцию слушателей на выступление;
- г) заявить о себе как о хорошем специалисте и интересном человеке;
- д) повысить эмоциональную увлечённость выступающего.

*6. Тема публичного выступления должна быть:*

- а) информативной;
- б) воспитывающей;
- в) сильной для выступающего;
- г) актуальной для аудитории;
- д) риторической;
- е) соответствовать интеллектуальному уровню и эмоциональному настрою аудитории;
- ж) интересной для выступающего и слушающих.

*7. Формулировка темы публичного выступления определяется:*

- а) эрудицией выступающего;
- б) интересами слушателей;
- в) речевой ситуацией;
- г) основной целью выступления;
- д) частными задачами выступления;
- е) содержанием темы.

*8. План выступления может быть:*

- а) словесным;
- б) учебным;
- в) графическим;
- г) изобразительным;
- д) моделированным;
- е) математическим (формульным).

*9. Отсутствие плана выступления может привести к:*

- а) пропускам;
- б) повторам;
- в) отсутствию образности, выразительности речи;
- г) нарушению логической последовательности.

*10. Методика подготовки к публичным выступлениям включает следующие методы и приёмы:*

- а) выступление перед воображаемой аудиторией;
- б) выступление перед слушателем, который делает анализ выступления;
- в) краткое изложение текста выступления;
- г) использование аудио- или видеозаписи собственных выступлений;
- д) заучивание определений используемых терминов и понятий;
- е) изучение опыта других ораторов;
- ж) изучение позиции слушателей по теме выступления;

з) проработка материала выступления с целью повышения степени его привлекательности, воспринимаемости, образности (например, замена абсолютных цифровых показателей относительными данными в виде коэффициентов, индексов, процентов и т.п.).

*11. Источниками накопления опосредованного опыта являются:*

- а) интернет;
- б) СМИ;
- в) Печатные издания (книги, учебные пособия, справочники, энциклопедии, словари);
- г) участие в научных конференциях;
- д) образование (курсы, программы, лекции).

*12. Источниками накопления непосредственного опыта являются:*

- а) общение с людьми;
- б) телевидение;
- в) целенаправленные наблюдения и записи;
- г) посещение музеев, заповедников, выставок, памятников архитектуры;
- д) экскурсии и походы;
- е) экспедиции, научные и социальные эксперименты и программы.

*13. Наиболее достоверными источниками фактов для использования в речевом общении являются:*

- а) Интернет;
- б) частная переписка;
- в) интуиция;
- г) печатные издания (справочники, энциклопедии, словари, книги);
- д) телевизионные СМИ.

*14. Приёмами упорядочивания материала для публичной речи являются:*

- а) составление плана выступления;
- б) написание доклада, статьи, тезисов;
- в) многократное обдумывание темы выступления, «вживание» в неё;
- г) подготовка своего внешнего вида;
- д) подготовка иллюстративного материала (компьютерной презентации, таблиц, схем, плакатов, диаграмм, книг, видеозаписей);
- е) составление вопросов к аудитории.

*15. Интерес, внимание и доверие слушателей зависит от:*

- а) искренности выступающего;
- б) содержательности речи;
- в) внешнего вида оратора;
- г) личной увлечённости выступающего;
- д) осознанного желания возбудить интерес слушателей, привлечь их внимание;
- е) оригинальности выступающего и его речи;
- ж) подготовленности автора;
- з) заинтересованности аудитории;

*16. Падение интереса слушателей к публичному выступлению может быть вызвано:*

- а) усталостью аудитории;
- б) обсуждением аудиторией услышанной речи;
- в) не соответствием темы выступления интересам аудитории;
- г) отсутствием культуры слушания у аудитории;
- д) личной неприязнью слушающих к выступающему;
- е) неумением оратора наладить контакт со слушателями;
- ж) отсутствием опыта публичных выступлений у оратора;
- з) ошибочной оценкой слушателей оратором.

*17. Интерес слушателей в процессе публичного выступления должен:*

- а) разрастаться;
- б) находиться на неизменном уровне;
- в) идти по нисходящей.

*18. Заинтересовать слушателей можно:*

- а) интригующим началом (интересным фактом из жизни, истории, парадоксальным утверждением, постановкой проблемного вопроса);
- б) жизненными примерами, аналогией (соотнесением новой информации с известными явлениями);
- в) шутками;
- г) ссылками на интересную, полемическую телепередачу, газетную или журнальную статью;
- д) необычной мимикой и жестами;
- е) цитированием высказывания авторитетной личности;
- ж) риторическим вопросом;
- з) акцентированием речи (выделение отдельных слов и фраз голосом, интонационными паузами, логическими ударениями, мимикой и жестами);
- и) диалоговой формой общения, вопросами;
- к) авансированием, затягиванием важного («Об этом я скажу чуть позже»).

*19. Приёмами диалогизации выступления являются:*

- а) обращение с вопросами к слушателям;
- б) вопросно-ответный ход выступления;
- в) употребление риторических вопросов и восклицаний;
- г) введение вымышленного диалога («Вы скажете, что здесь всё понятно...», «Вы наверное подумали, что ...», «Возможно вы считаете, что я блефую...»);
- д) введение цитат из высказываний авторитетных личностей;
- е) драматизация изложения.

*20. Для удержания внимания слушателей следует избегать:*

- а) однообразия;
- б) доказательства очевидных фактов;
- в) опровержения невероятных мыслей;
- г) спора с аудиторией;

- д) избыточных доказательств при возможности ограничиться лаконичностью;
- е) посредственных и ненадёжных выводов;
- ж) спора со слушателями с несомненными доказательствами и предполагаемо верными мыслями.

*21. Удержанию внимания слушателей способствует:*

- а) лаконичность речи;
- б) логически стройное изложение материала;
- в) использование наглядности;
- г) наявность в содержании интригующих моментов;
- д) использование кратких отвлечений в виде аналогий, юмора и т.п.;
- е) диалогизация речи;
- ж) обращение к конкретному адресату;
- з) использование динамичных средств речи (мимика, жесты, взгляд, телодвижения, паузы, изменение темпа речи, силы голоса, логических ударений).

*22. Саморедактирование текста выступления включает в себя:*

- а) исправление речевых ошибок (орфографических, синтаксических, стилистических и др.);
- б) объяснение для слушателей сложных терминов и понятий или их замену более простыми;
- в) разработку тезисов выступления;
- г) устранение повторов, слабых и не обязательных мест;
- д) включение в текст риторических вопросов;
- е) замену шаблонных, трафаретных слов и выражений;
- ж) отбор оптимально необходимого текста соответственно требуемому временем его озвучивания.

*23. Вступление публичной речи бывает следующих видов:*

- а) естественным;
- б) искусственным;
- в) внезапным;
- г) традиционным.

*24. Вариантом вступления публичной речи может быть:*

- а) указание проблемы, конфликта;
- б) приветствие аудитории;
- в) ссылка на речь предыдущего выступающего;
- г) выслушивание проблем аудитории;
- д) изложение цели и задач выступления;
- е) использование парадоксального цитирования;
- ж) риторический вопрос;
- з) обращение к историческому событию, цитирование авторитетной личности;
- и) слова о времени и месте, где проходит выступление, недавно произошедшем событии;

- к) обращение к повседневным интересам аудитории (вопросы здоровья, благосостояния, любви, работы, семьи, несправедливости и т.д.);
- л) обращение к собственному опыту, личным чувствам и суждениям;
- м) юмористическое замечание.

*25. Верными являются следующие утверждения:*

- а) вступление в публичном выступлении необходимо соотносить с темой и обсуждаемой проблемой;
- б) во вступлении необходимо ясно сформулировать тему и тезис, который в дальнейшем будет раскрываться;
- в) вступление можно опустить, если тема выступления близка и понятна аудитории;
- г) вступление должно соотноситься по содержанию и стилю с остальными частями публичной речи;
- д) яркое, необычное вступление требует дальнейшей речи в избранной тональности;
- е) вступление должно быть лаконичным (традиционно не более 1/8 всей речи);
- ж) вступление – самая эмоционально насыщенная часть выступления;
- з) вступление позволяет установить контакт со слушателями, возбудить интерес к теме и к личности оратора, создать у аудитории эмоциональный настрой для восприятия основной части публичной речи.

*26. Основной части публичного выступления характерны:*

- а) изложение нового материала;
- б) убеждение слушателей;
- в) аргументация собственного мнения;
- г) обоснование ошибочности других точек зрения;
- д) призыв к действию, выполнению установок.

*27. Заключительной части публичного выступления характерны:*

- а) обобщение;
- б) указание перспектив;
- в) краткое повторение сказанного;
- г) краткое изложение цели выступления;
- д) призыв к действию, к выполнению установок, указание на важность сказанного в личной жизни.

*28. Существуют следующие виды заключений публичного выступления:*

- а) обобщающее повторение;
- б) призыв;
- в) обращение к слушателям;
- г) юмористическая концовка;
- д) иллюстрация с развёрнутыми афоризмами, цитатами, поговорками, метафорами, притчами, аллегориями;
- е) интрига с возможностью слушателям самим сделать вывод;

ж) тактический способ с указанием конкретных действий для решения проблемы.

*29. Какую из нижеперечисленных функций чаще всего выполняют «зацепляющие крючки» в публичной речи?*

- а) помогают вызвать положительных эмоции, удивление, интерес во вступлении;
- б) помогают проиллюстрировать интересными жизненными историями суждения автора в основной части выступления;
- в) помогают оратору создать нужный эмоциональный настрой и проверить неожиданным, каверзным, парадоксальным вопросом степень усвоения услышанного аудиторией в заключении.

*30. Риторические приёмы обращения, обзора главных моментов, парадоксальности ситуаций, юмористического замечания характерны для следующих частей публичного выступления:*

- а) зачин;
- б) введение;
- в) основная часть;
- г) заключение;
- д) концовка.

*31. Психологический закон более яркого запоминания начала и конца любой речи в сравнении с её серединой имеет следующее название:*

- а) принцип обрамления;
- б) фактор края;
- в) закон начала и конца;
- г) закон золотой середины.

*32. Риторический закон, предписывающий вступление и заключение речи суммарно не делать объёмнее за одну треть всего высказывания, называется:*

- а) правило золотой пропорции;
- б) принцип золотой середины;
- в) правило золотого сечения;
- г) принцип суммарного размера.

*33. Основным фактором успеха публичного выступления является:*

- а) внешность выступающего;
- б) содержание выступления;
- в) контакт выступающего с аудиторией;
- г) использования наглядности;
- д) удачная формулировка тезисов и аргументов.

*34. Выразительность и эмоциональность публичного выступления содействуют:*

- а) доходчивости восприятия материала;
- б) эффективности запоминания информации;
- в) внушаемости аудитории;

- г) выработке у слушателей собственной позиции;
- д) критичности восприятия информации;
- е) закреплению убеждений, созданных рационально-логическим путём.

*35. Вступление в публичной речи может быть:*

- а) внезапным;
- б) естественным;
- в) искусственным;
- г) надуманным;
- д) с ораторской предосторожностью;
- е) полемическим.

*36. Общими принципами публичного выступления являются:*

- а) принцип краткости и достаточности содержания;
- б) принцип последовательности в раскрытии темы;
- в) принцип усиления эмоционального накала изложения;
- г) принцип результативности, предполагающий наличие выводов, призывов к действию, рекомендаций;
- д) принцип структурированности выступления;
- а) принцип продуманности содержания;
- б) принцип импровизации речи;
- в) принцип письменного упорядочивания содержания;
- г) принцип выделения главных аргументов и фактов.

*37. Материал публичного выступления может быть изложен следующими способами:*

- а) индуктивным (от частного к общему);
- б) дедуктивным (от общего к частному);
- в) сензитивным (от эмоций к частному и общему);
- г) сублимативным (к выводам, минуя доказательство);
- д) способом аналогии (сравнивая явления);
- е) историческо-хронологическим (описывая последовательность событий);
- ж) пространственным (с учётом особенностей развития истории и культуры).

*38. Общими принципами структурирования речи являются:*

- а) принцип ограничения материала по степени его значимости;
- б) принцип последовательности изложения мыслей;
- в) принцип усиления аргументов и доказательств от начала выступления к концу;
- г) принцип органического единства материала выступления и намерений выступающего;
- д) принцип экономии усилий, времени, речевых средств.

*39. Средний этап речи (изложение) может содержать:*

- а) восходящую последовательность доводов;
- б) нисходящую последовательность доводов;
- в) гомерическую последовательность доводов;
- г) полемическую последовательность доводов.

*40. Основной части речевого сообщения характерны:*

- а) призыв к действию;
- б) сообщение информации;
- в) обоснование собственной позиции;
- г) убеждение аудитории;
- д) краткое повторение основных проблем.

*41. Заключение в публичном выступлении позволяет:*

- а) сделать обобщения и выводы из сказанного в основной части;
- б) создать у аудитории атмосферу доверия к выступающему;
- в) кратко сформулировать основные тезисы выступления и подчеркнуть их важность для слушателей;
- г) отметить моменты, требующие дальнейшего рассмотрения;
- д) отметить пути развития идей, высказанных в основной части;
- е) выдвинуть задачи для аудитории;
- ж) закрепить и усилить впечатление от содержания основной речи.

*42. Удачными речевыми штампами для заключительной части выступления являются:*

- а) «извините за излишне длительное выступление..»
- б) «так пусть же...»
- в) «благодарю за внимание...»
- г) «надеюсь на возникшее у вас желание...»
- д) «хотелось бы ещё сказать..»;
- е) «думаю, вы и сами знали это...»

*43. Верными являются следующие утверждения:*

- а) публичное выступление желательно заканчивать шуткой, даже если обсуждались серьезные проблемы;
- б) в заключении не должна звучать безысходность, бесперспективность в решении серьезных и сложных проблем;
- в) лучшая концовка – благодарность за внимание;
- г) выступление желательно завершить оптимистично.

*44. Основные причины неуверенности оратора:*

- а) чрезмерное погружение в собственные переживания;
- б) недооценка собственных возможностей;
- в) недостаток опыта;
- г) ошибочная оценка слушателей;
- д) присутствие знакомых;
- е) воспоминания о провале.

*45. Главными причинами неудач в публичном выступлении являются:*

- а) неподготовленность оратора;
- б) недостаточная громкость речи и нечёткость дикции выступающего;
- в) невозможность вспомнить текст;
- г) отсутствие желания и знаний для ответов на вопросы аудитории;
- д) небрежный внешний вид;

- е) неправильно выбранная позиция выступающего (оратор не смотрит на аудиторию, развёрнут к ней спиной или боком);
- ж) использование в речи слов-паразитов;
- з) зачитывание текста исключительно со слайдов или записей;
- и) боязнь аудитории;
- к) использование неубедительной аргументации;
- л) слишком большая аудитория.

### III. РИТОРИЧЕСКИЙ СПОР

*1. Искусство ведения спора называется:*

- а) эпидейктикой;
- б) эпикуризмом;
- в) эристикой;
- г) ораторикой.

*2. Основными видами спора являются:*

- а) дебаты;
- б) полемика;
- в) дискуссия;
- г) семинар;
- д) диспут;
- е) прения;
- ж) дискурс.

*3. Публичный спор, имеющий своей целью достижение победы над оппонентом и сопоставление различных мнений – это:*

- а) диалог;
- б) диспут;
- в) дискуссия;
- г) полемика.

*4. Конструктивным спором является:*

- а) спор ради спора;
- б) спор, убеждающий оппонента;
- в) спор ради установления истины;
- г) спор для принятия оптимального решения;
- д) спор для поднятия личного авторитета;
- е) спор для демонстрации красноречия.

*5. Оратор может использовать следующие виды доказательств:*

- а) логическое, в основе которого логическое убеждение оппонента;
- б) объективное, включающее эффективные стилистические приёмы;
- в) информационное, когда доказательство вытекает из приводимых оратором сведений, справочного материала, статистических данных, фактов;
- г) эмоциональное, основанное на пафосном убеждении оратора;

д) отсылочное, в основе которого использование оратором ссылок на авторитетные суждения.

*6. Замена аргументации тезиса на хвалу оппонента с надеждой на его согласие принять тезис называется:*

- а) довод к невежеству;
- б) довод к тщеславию;
- в) довод к авторитету;
- г) довод к человеку;
- д) довод к аргументу человека;
- е) довод к комплиментам.

*7. Избыточным элементом классификации активных приёмов спора является:*

- а) довод к логике;
- б) довод к ограниченности времени;
- в) довод к фактам;
- г) довод к публике;
- д) довод к оппоненту.

*8. Непозволительными уловками в споре являются:*

- а) ложный довод;
- б) подмена тезиса;
- в) оттягивание возражения;
- г) переход на личности.

*9. Основными правилами ведения спора являются:*

- а) умение правильно определить предмет спора и выделить пункты разногласий;
- б) умение придерживаться главных положений спора;
- в) умение определить личную позицию и цель в споре, выявить общность исходных позиций и желаний;
- г) умение вскрывать противоречия в словах оппонента;
- д) умение правильно использовать специфические понятия;
- е) умение соблюдать уважительное отношение к оппоненту;
- ж) умение сохранять выдержку и самообладание, принимать иногда ложные доводы оппонента перед высказыванием собственного итогового мнения;
- з) умение учитывать настроение и поведение участников спора;
- и) умение подбирать убедительные аргументы.

*10. Приемлемыми полемическими приёмами в споре считаются:*

- а) приём бумеранга;
- б) довод к человеку;
- в) подхват реплики;
- г) сведение к абсурду;
- д) юмор, ирония, сарказм;
- е) апелляция к публике;
- ж) атака вопросами.

*11. Уловки в споре это:*

- а) софизмы;
- б) приёмы, облегчающие спор для себя и затрудняющие его для оппонента;
- в) запрещённые риторические приёмы;
- г) ряд позволительных и непозволительных приёмов, способствующих одержанию победы в полемике.

*12. Разновидностями уловок в споре являются:*

- а) несогласие с трудно проверяемым доводом оппонента;
- б) оттягивание возражения;
- в) выход из спора;
- г) срывание спора;
- д) «довод к городовому» (объявление мнения оппонента вредным обществу);
- е) «палочный довод» (шантаж неприятными фактами).

*13. Непозволительными психологическими уловками в споре считаются:*

- а) выведение противника из равновесия;
- б) ложная дилемма;
- в) ставка на ложный стыд;
- г) «подмазывание аргумента» (апеллирование чрезмерными комплиментами);
- д) внушение;
- е) «двойная бухгалтерия»;
- ж) насмешка;
- з) указание на возраст, образование, положение.

*14. Оптимальное начало спора предполагает:*

- а) выявление тезиса и антитезиса;
- б) определение противоречий;
- в) осмысление терминологии;
- г) озвучивание аргументов.

*15. Конечной целью спора является достижение:*

- а) истины;
- б) соглашения;
- в) победы.

*16. Тезис должен быть:*

- а) спорным для одного из участников речевого общения;
- б) неоспоримым;
- в) доказуемым;
- г) логически непротиворечивым;
- д) кратко и ёмко сформулированным;
- е) неизменным в ходе всего доказательства.

*17. Аргументация – это:*

- а) процесс доказательства, объяснения, приведения примеров для обоснования какой либо мысли перед собеседником или слушателем;
- б) главное утверждение, которое обосновывает оратор;

в) доказательство тезиса в виде фактов, примеров, утверждений.

*18. Правильным является следующее утверждение:*

- а) в разных аудиториях эффективными могут быть различные типы аргументов;
- б) опровергающая аргументация предполагает сведение к минимуму позитивных контраргументов;
- в) поддерживающая аргументация предполагает использование только позитивных аргументов и игнорирование контраргументов;
- г) двусторонняя аргументация используется только для подтверждения доводов оппонента;
- д) ораторская речь допускает «присвоение» чужих идей с целью сокрытия не авторитетного источника и недопущения снижения авторитета выступающего;
- е) эмоциональность речи повышает эффективность аргументов, а чрезмерное логическое давление вызывает противоположную реакцию слушателей;
- ж) в процессе аргументации не допускается выражение превосходства над аудиторией;
- з) лаконичность, отсутствие избыточных повторов (более трёх) способствует благоприятному восприятию аргументов;
- и) речевые ошибки подрывают доверие аудитории, создают помехи восприятию аргументации.

*19. Аргументы должны быть:*

- а) истинными;
- б) взаимно непротиворечивыми;
- в) чётко сформулированными;
- г) достаточными для доказательства конкретного тезиса;
- д) объединены в последовательную систему утверждений;
- е) оценочными;
- ж) иллюстрированы конкретными примерами;
- з) доступными, понятными;
- и) убедительными;
- к) адекватными эмоциональному состоянию слушателей, их полу, возрасту, профессии;
- л) авторитетными;
- м) соответствующими мнению аудитории;
- н) детализированными (многократно повторенными).

*20. Аргументация может быть:*

- а) восходящей и нисходящей;
- б) односторонней и двусторонней;
- в) логической и психологической;
- г) сильной и слабой;
- д) индуктивной и дедуктивной;
- е) прямой и дискуссионной.

- ж) научной и софистической;
- з) дидактической;
- и) диалектической;
- к) полемической (эристической);
- л) многовекторной;
- м) поддерживающей и опровергающей.

*21. Достоинства нисходящей аргументации:*

- а) позволяет быстро привлечь внимание аудитории;
- б) оптимальна при ознакомлении аудитории со сложным материалом, который лучше усваивается вначале;
- в) заставляет слушателей активно думать вначале речи, когда аудитория наиболее трудоспособна;
- г) эффективна в слабо подготовленной, уставшей, мало заинтересованной или совсем незаинтересованной аудитории;
- д) эффективна при слабых аргументах.

*22. Преимущества восходящей аргументации:*

- а) подводит логическую мысль и эмоциональный накал аудитории до предела в конце речи;
- б) эффективна в подготовленной, высоко заинтересованной аудитории;
- в) эффективна в аудитории негативно настроенной к оратору;
- г) поддерживает постоянное внимание и интерес аудитории;
- д) даёт возможность доходчиво изложить и обосновать сложные мысли;
- е) эффективна в аудитории, где есть сомневающиеся, неопределившиеся;
- ж) даёт положительный результат, когда аудитория сможет сделать самостоятельный вывод.

*23. Односторонняя аргументация предполагает изложение оратором:*

- а) только подтверждающих аргументов;
- б) только опровергающих аргументов;
- в) аргументов «за» и «против»;
- г) контраргументов.

*24. Психологическими аргументами являются:*

- а) аргументы к доводам;
- б) аргументы к авторитету;
- в) аргументы к публике;
- г) аргументы к эмоциям.

*25. Логические аргументы – это ссылки на:*

- а) факты (статистические данные, случаи из повседневной жизни, из истории, из литературы и т.д.);
- б) заведомо истинные суждения (юридические законы, аксиомы, правила);
- в) законы логики;
- г) авторитетов (цитаты из публичных речей знатоков в этой области, пословицы, крылатые слова и т.п.).

26. Формула «вначале самые сильные аргументы, затем – менее сильные и в завершение вывод или побуждением к действию» характерна:

- а) нисходящей аргументации;
- б) восходящей аргументации;
- в) психологической аргументации.

27. Присутствующие зрители в первую очередь обращают внимание на:

- а) внешний вид спорщиков;
- б) внешнее поведение спорщиков;
- в) тезисы оппонентов;
- г) аргументы участников спора;
- д) логику рассуждения спорщиков.

28. Софизм это:

- а) преднамеренное нарушение логических законов в споре;
- б) эристика;
- в) сильный аргумент в споре;
- г) преднамеренное отступлением от тезиса в споре.

29. В риторическом споре участники могут придерживаться следующих стратегий:

- а) несогласие;
- б) соревнование;
- в) избегание;
- г) ожидание;
- д) приспособление;
- е) компромисс;
- ж) центрирование интересов сторон.

30. Основными тактиками поведения участников спора являются:

- а) убеждение;
- б) обсуждение;
- в) давление;
- г) дружелюбное обращение;
- д) запугивание апелляцией к власти, санкциям;
- е) заключение сделок;
- ж) апелляция к коалиции, союзу;
- з) введение оппонента в состояние волнения, растерянности;
- и) управление вниманием;
- к) создание эффекта неожиданности.

31. Демагогическими приёмами являются:

- а) ошибочные силлогизмы и софизмы;
- б) подмена термина;
- в) подмена тезиса;
- г) концентрация на частностях;

- д) переход от обсуждения предмета спора к обсуждению личности (аргумент к личности);
- е) ложная альтернатива, ложная дилемма;
- ж) апелляция к очевидности, ложная авторитетность;
- з) порочный круг.

*32. Описание является функционально-смысловой основой следующего жанра письменного сообщения:*

- а) заявление;
- б) деловая переписка;
- в) кулинарный рецепт;
- г) любовная записка.

*33. Кодифицированная речь характерна для:*

- а) дискуссии;
- б) лекции;
- в) телефонного разговора;
- г) информационного сообщения на телевидении.

*34. Приёмы обращения, обзора ключевых моментов, парадокса, юмористического отступления характерны следующей части ораторского выступления:*

- а) вступление;
- б) основная часть;
- в) заключение.

*35. Жанром диалогической речи являются:*

- а) интервью;
- б) лекция;
- в) телефонный разговор;
- г) дебаты;
- д) проповедь.

*36. Основные виды вопросов в диалогической речи:*

- а) информационные и эвристические;
- б) открытые и закрытые;
- в) простые и сложные;
- г) уточняющие и восполняющие;
- д) узловые и наводящие;
- е) корректные и некорректные.

*37. В «Риторике» Аристотеля выделяются следующие виды речей:*

- а) публичная, торжественная, судебная;
- б) показательная, судебная, совещательная;
- в) судебная, дружеская, публичная.

*38. В античной риторике были установлены следующие правила речи:*

- а) правило предпочтения слушания говорению;
- б) правило предпочтения речи другому действию;
- в) правило предпочтения письменного текста устному выступлению.

## IV. ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ РЕЧИ

*1. Из нижеперечисленных определений термина «выразительность речи» наиболее полным является:*

- а) выразительность речи – это семантическое или формальное выделение речи с целью акцентирования внимания и интереса слушателей или читателей;
- б) выразительность речи – это яркое, непосредственное, живое говорение, умение использовать разнообразные средства языковой образности, в том числе и на письме;
- в) выразительность речи – образность, эмоциональность, экспрессивность речи;
- г) выразительность речи – это лексическое, интонационное или невербальное выделение устного или письменного высказывания.

*2. Выразительность речи может быть:*

- а) произносительной;
- б) символической;
- в) акцентологической;
- г) лексической;
- д) словообразовательной;
- е) морфологической;
- ж) синтаксической;
- з) интонационной;
- и) стилевой.

*3. К синтаксическим средствам выразительности относятся:*

- а) многосоюзие;
- б) повтор;
- в) антитеза;
- г) эпитет;
- д) градация;
- е) инверсия;
- ж) оксюморон;
- з) риторический вопрос.

*4. К лексическим средствам выразительности относятся:*

- а) метафора;
- б) сравнение;
- в) гипербола;
- г) метонимия;
- д) аллегория;
- е) синекдоха;
- ж) анафора;
- з) фразеологизм.

*5. Замена слова или выражения другим, крайне преувеличенным – это:*

- а) метафора;

- б) сравнение;
- в) гиперболоа;
- г) метонимия;
- д) эпитет.

*6. Метафора – это:*

- а) образное подчёркивание характерных свойств, качеств предмета или явления;
- б) слово или выражение, в котором противопоставляются явления или предметы, в результате чего одно из них характеризуется, описывается, конкретизируется при помощи другого;
- в) сопоставление явлений или предметов на основе общих для них черт, во время которого субъект сопоставления не называется;
- г) замена одного названия предмета или явления другим названием на основе внутренних или внешних связей;
- д) замена слова описательным выражением.

*7. Выражение «Столица пришла на стадион» является:*

- а) метонимией;
- б) гиперболой;
- в) перифразисом;
- г) антифразисом;
- д) гиперболой.

*8. Соблюдение выразительности не возможно без такого коммуникативного качества речи, как:*

- а) точность;
- б) чистота;
- в) уместность.

*9. Основная цель языковых средств выразительности:*

- а) украшать речь;
- б) влиять на чувства и активное мышление слушателей;
- в) структурно оформлять высказывание.

*10. Выразительность зависит от:*

- а) функционального стиля;
- б) содержания высказывания;
- в) структуры речи;
- г) адресата речи;
- д) эмоций автора.

*11. Эффект звукоподражания в фонетических фигурах состоит в том, что:*

- а) звучащая речь идентична подражаемому явлению;
- б) звучащая речь напоминает звуки описываемого явления;
- в) звуки вызывают ассоциации с какими-то представлениями, ощущениями, эмоциями.

*12. Эффективным средством развития речевой выразительности является:*

- а) пение;
- б) рисование;
- в) игра.

*13. Способом формирования выразительности речи является:*

- а) прослушивание музыкальных мелодий;
- б) изучение выразительных возможностей языка;
- в) активная речевая практика;
- г) тренировка интеллекта, памяти, воображения, волевых усилий, эмоциональности, оригинальности языкового сознания;
- д) чтение художественных произведений.

## V. ТЕХНИКА РЕЧИ И РЕЧЕВОЕ МАСТЕРСТВО

*1. Техника речи – это:*

- а) умение общаться без речевых ошибок;
- б) четкость артикуляционных переходов, умение держать основной тон и интенсивность звука, владение речевым дыханием;
- в) умение владеть такими качествами голоса, как сила, звучность, высота, чёткая дикция, правильные интонации.

*2. Интонация – это:*

- а) окраска слов, последовательность тонов, различающихся по высоте, темпу, тембру;
- б) тембровая характеристика речи;
- в) средство передачи эмоций, создания художественного образа на сцене, в кино, в искусстве выразительного чтения.

*3. Основные функции интонации:*

- а) выражение типа высказывания (вопрос, утверждение, побуждение);
- б) выражение коммуникативного порядка высказывания (старое / новое) и установление между частями фразы смысловых отношений;
- в) передача основного смысла высказывания;
- г) выражение эмоций автора речи;
- д) выражение оценки автора к высказанному;
- е) воздействие на эмоции слушающего, убеждение;
- ж) указывание на завершённость-незавершённость высказывания;
- з) оформление группы слов или предложений в единое интонационное высказывание с общим фразовым акцентом;
- и) создание акустического благозвучия отрезка речи;
- к) выделение наиболее важных по смыслу компонентов высказывания.

*4. На практике интонация создаётся:*

- а) изменением звуковых тонов;
- б) распределением силы удара между словами, мелодикой речи, паузами, темпом речи, ритмико-мелодическими средствами, громкостью речевого потока, эмоциональными оттенками голосового тембра;
- в) изменением громкости звучания, акустическими переходами тембра речи.

*5. В устном выступлении интонация должна:*

- а) соответствовать эмоциональному настрою аудитории;
- б) быть натуральной, правдивой;
- в) соответствовать содержанию выступления;
- г) сочетать различные способы выделения фразы (словесно-логический и эмфатический).

*6. Индивидуальными характеристиками голоса являются:*

- а) высота;
- б) темп;
- в) звуковой объём;
- г) глубина;
- д) тембр;
- е) диапазон;
- ж) интенсивность.

*7. Индивидуальные характеристики голоса:*

- а) являются постоянными, врождёнными;
- б) изменяются в зависимости от эмоционального состояния человека, условий коммуникации, вида речевого высказывания.

*8. Основные типы голоса:*

- а) напряжённый;
- б) расслабленный;
- в) придыхательный;
- г) скрипучий;
- д) певучий.

*9. Виды речевых пауз:*

- а) акустические;
- б) физиологические (дыхательные);
- в) ритмические;
- г) смысловые;
- д) психологические;
- е) синтаксические.

*10. Речевые паузы необходимы:*

- а) перед выступлением – для обдумывания речи автором и адаптации слушателей;
- б) в середине выступления – для разделения изложения мыслей, организации внимания слушающих;
- в) после выступления – для улучшения восприятия речи.

## Игровые риторические ситуации

1. Ситуация: друг не получил зачёт по предмету.  
Цель: убедить преподавателя поставить зачёт неуспевающему студенту.
2. Ситуация: вы пришли устраиваться на работу, где вас встретил мрачный работодатель.  
Цель: уговорить работодателя принять вас на работу.
3. Ситуация: вам понравился прохожий и вы решили с ним познакомиться.  
Цель: познакомиться с неизвестным человеком и взять у него номер телефона.
4. Ситуация: вам срочно нужно вернуться домой, но хозяин уговаривает побыть ещё некоторое время в гостях.  
Цель: корректно отпроситься домой; уговорить остаться.
5. Ситуация: начальник просит «поработать» дополнительно в выходной день, в день вашего рождения.  
Цель: уговорить подчинённого; убедить начальника в невозможности сверхурочной работы.
6. Ситуация: студент отпрашивается с важного занятия.  
Цель: отпроситься у преподавателя.
7. Ситуация: реклама вещи, которую хотите продать.  
Цель: убедить человека купить какую-либо вещь.
8. Ситуация: студент просит принять экзамен у преподавателя в другой день.  
Цель: уговорить экзаменатора.
9. Ситуация: подчинённый отпрашивается с работы на целый день во время аврала.  
Цель: убедить начальника в необходимости отсутствия на работе.
10. Ситуация: человек просит у товарища об одолжении какой-либо вещи.  
Цель: одолжить нужный предмет.
11. Ситуация: беседа с незнакомым человеком.  
Цель: узнать о человеке как можно больше информации (окружение, друзья, родственники, привычки, интересы).
12. Ситуация: контролёр спрашивает у вас билет.  
Цель: уговорить контролёра, чтобы избежать штрафа.
13. Ситуация: отец переключил канал телевизора на футбольный матч, а вы не досмотрели понравившийся фильм.  
Цель: уговорить отца подождать окончания фильма.
14. Ситуация: Сосед целый день работает перфоратором, мешая подготовке к завтрашнему экзамену.  
Цель: уговорить соседа не шуметь.
15. Ситуация: друг не отдал в оговоренный срок деньги.  
Цель: уговорить друга отдать долг.

16. Ситуация: учительница жалуется на плохое поведение брата.  
Цель: убедить учительницу в том, что её отношение предвзятое.
17. Ситуация: поклонник завёл с вами разговор.  
Цель: «отшить» неинтересующего вас человека.
18. Ситуация: в поликлинике бабушка хочет попасть на приём к врачу без очереди, в то время как вы отстояли 3 часа.  
Цель: убедить бабушку соблюдать правила.
19. Ситуация: сосед регулярно выпускает свою собаку гулять одну на улицу. Собака пугает вас.  
Цель: вежливо поговорить с соседом о его собаке.
20. Ситуация: вы неделю делали письменную работу. Ваш одноклассник просит списать, но вы не желаете этого делать.  
Цель: вежливо отказать однокласснику.
21. Ситуация: вы хотите пойти на дискотеку, но родители запрещают гулять поздно.  
Цель: объяснить родителям безосновательность тревоги, добиться их разрешения.
22. Ситуация: одноклассник у вас списал контрольную работу, но получил оценку выше.  
Цель: убедить преподавателя, что он недооценил вас.
23. Ситуация: вы разбили новый, вчера купленный утюг.  
Цель: успокоить супруга.
24. Ситуация: к вам пришёл возмущённый сосед, так как вы поставили автомобиль на его привычное место.  
Цель: успокоить соседа.
25. Ситуация: вам предложили другую, более перспективную работу, но начальник не хочет вас увольнять, ссылаясь на контракт.  
Цель: выпросить расторжение контракта по взаимному согласию.
26. Ситуация: вы просите учебник у друга, который отказывает, ссылаясь на то, что нужен самому.  
Цель: выпросить учебник у друга.

## Задания для отработки риторических умений

1. Сократите газетную статью до нескольких предложений.
2. Расширьте газетную статью, добавив своё мнение.
3. Образно, увлекательно расскажите короткую историю, случай из жизни. Постарайтесь уложиться в 5 минут.
4. Эмоционально расскажите случай, который вас очень сильно удивил.
5. Постарайтесь пересказать любую сказку в спокойном, размеренном темпе, без пауз.
6. Выразительно опишите изображение на картине.
7. Сделайте сообщение на тему «Моё хобби». Постарайтесь уложиться в 4-5 минут.
8. Каждый студент пишет на листке тему. По очереди вытягиваются листки и осуществляется импровизация на предложенную тему.
9. Перескажите небольшую газетную статью своими словами.
10. Проговорите каждое слово в любом предложении предельно медленно.
11. Произнесите как можно более длинную фразу на одном дыхании.
12. Произнесите короткую побуждающую речь на 3-4 минуты на одну из следующих тем: «Покупайте наш автомобиль», «Воспользуйтесь услугами нашей турфирмы», «Посетите этот футбольный матч» и др.
13. Составьте короткое поздравление с днём рождения.
14. Составьте рекламу любого предмета, используя известные вам средства выразительности речи.
15. Составьте развлекательную дружескую речь, используя известные вам фигуры и тропы.
16. Подберите аргументы, подтверждающие вашу точку зрения в споре на тему «Свиной грипп – угроза человечеству или крупнейшая афера века», «Смертная казнь – способ обуздать преступность или антигуманный акт».
17. Составьте благодарственную речь родному факультету.
18. Составьте прощальную речь однокурсникам к выпускному вечеру.

## Краткий словарь риторических терминов

**Агон** – испытание, этап риторического соревнования.

**Адгерентные средства** – дополнительные средства усиления выразительности (выдвижение, конвергенция, сцепление, «обманутое ожидание»).

**Адлибитум** (импровизация) – манера речи, когда оратор пользуется всеми её богатствами свободно, по желанию, на выбор, по своему усмотрению.

**Академическое красноречие** – речь, формирующая научное мировоззрение посредством научного изложения материала, глубокой аргументированности, логической культуры. Включает в себя мастерство научного доклада, сообщения, обзора, лекции (научно-популярной, школьной, вузовской) учебной беседы, реферата, выступления на семинарских занятиях.

**Активизация аудитории** – создание у присутствующих слушателей творческой атмосферы размышления, вовлечение их в соучастие. Приёмами активизации аудитории являются хеппинг, заманивание, провоцирование, соревновательное скандирование, разговор с залом, разговор-интервью, «длинные шнуры» (вопрос-ответ), игровые действия, ритуальные и церемониальные действия (минута молчания, прослушивание гимна, обычаи, обряды), «нанизывание» (коллективное пение, коллективные выходы, шествия, коллективные выступления, рапорты).

**Акцио** – завершающий этап риторического канона, исполнение публичной речи.

**Апломб** – излишняя самоуверенность оратора во время выступления.

**Апория** – попытка подвергнуть сомнению, дискредитировать противостоящую точку зрения, независимо от степени её верности.

**Апострофа** – риторический приём обращения к слушателю или читателю как отсутствующему, к вымышленному или к неодушевлённому предмету как живому.

**Апофазис** – последовательный перебор и опровержение всех возможных альтернатив, кроме одной.

**Аргумент** – бесспорный, неопровержимый, проверяемый факт в споре, рассуждении, доказательстве.

**Аргументация** – 1) подбор оратором суждений, подтверждающих или опровергающих тезис; 2) искусство ведения дискуссии.

**Аудитория** – адресат речи оратора, слушатели лекции, доклада, радио- и телепередач и т.д.

**Аудиторный шок** (сценический страх) – состояние эмоционального напряжения, затрудняющее выражение мыслей посредством речи. Во время аудиторного шока в речи возрастает количество и длительность пауз, бессмысленных повторов, снижается словарное разнообразие, грамматическая правильность, отчётливость артикуляции и т.д.

**Афронт** – неожиданная неприятность, оскорбление, резкий отпор в беседе или споре.

**Богословско-церковное красноречие** – вид ораторского искусства, которому характерны продуманность, эмоциональность, пафос, искренность, морально-этическая назидательность, насыщенность речевыми тропами и фигурами, цитация, интонационно-ритмическая организованность текста. Видами богословско-церковного красноречия являются проповедь, соборная речь, семинарская и академическая лекция, телебеседа, исповедь, молитва и др.

**«Возвратный удар»** – полемический приём обращения доводов оппонента против него самого.

**Гомилетика** – наука о христианской церковной проповеди священника.

**Дебаты** – спор по актуальным вопросам государственного и социального характера. Дебаты предполагают многочисленные выступления, сопоставление разнообразных мнений для выработки правильного решения проблемы.

**Декламация** – искусство красноречия, выразительного чтения литературных произведений, иногда малосодержательная, напыщенная речь оратора.

**Деловая речь** – речь сферы производства, бизнеса, торговли, административных и хозяйственных учреждений. Деловой речи характерны лаконизм, спланированность, высокая точность, однозначность формулировок, отсутствие средств языковой выразительности, экспрессии, юридическая обоснованность. Деловая речь реализуется в устной форме (переговоры в производственной, коммерческой, административной сферах) и письменной форме (контракты, договоры, акты, доверенности, заявления, протоколы, доклады, отчёты и пр.).

**Демагогия** – ложные обещания, лесть обычно в политической речи.

**Дискурс** – диалог, беседа, разговор.

**Дискуссия** – публичный спор с целью убеждения оппонента, выяснения и сопоставления разных точек зрения, поиска истины, нахождения правильного решения спорного вопроса.

**Диспозиция** – второй этап работы над речью, в котором оратор упорядочивает собранный материал в виде плана-конспекта с ясно очерченной последовательностью утверждений и аргументов.

**Диспут** – публичный спор на научную или общественно важную тему, рассуждение, в котором сталкиваются разнообразные (не только противоположные) точки зрения.

**Закон края** – правило построения речи, предписывающее располагать наиболее важную информацию, мысли в начале и/или в конце смыслового блока.

**Инвектива** – речь с открытыми оскорблениями в адрес собеседника.

**Инвенция** (изобретение) – первый этап работы над речью, в котором оратор определяет содержание выступления, отбирает накопленный материал, находит способы доказательства тезисов.

**Интервью** – целенаправленная, зафиксированная беседа, предназначенная для массового распространения в СМИ (радио, ТВ). Задача интервью – знакомство с личностью интервьюируемого или анализ актуальной общественной проблемы через призму индивидуального мнения авторитетного лица.

**Информационная речь** – вид ораторской речи, которой характерны содержательность и лаконичность, актуальность и новизна сообщения, отсутствие спорных моментов, наличие элементов активизации и удовлетворения интересов слушателей, сопоставление старой и новой информации, опора на конкретные факты и их анализ, акцентация внимания аудитории на нерешённых проблемах.

**Иррациональные аргументы** («психологические аргументы», «аргументы к человеку», «доводы к аудитории») – обращение к чувствам, желаниям, интересам слушателей, напоминание о благородстве, рассудительности, здравомыслии аудитории, указание на материальные, социальные интересы, благополучие, свободу, привычки публики.

**Казуистика** – изворотливость, хитрость в спорах, доказательствах.

**Конгруэнтность** – натуральность, естественность вербальных и невербальных речевых средств оратора.

**Консенсус** – общее мнение аудитории по спорному вопросу.

**Контроверза** – научное разногласие, спор.

**Красноречие** (элоквенция) – мастерство устной речи, способность говорить красиво, правильно, убедительно, интересно, выразительно, соблюдая нормы речевого этикета. Достигается в результате длительного самосовершенствования и специального обучения.

**Меморио** – этап запоминания текста публичной речи, четвёртый этап античного риторического канона.

**Оратор** – личность, владеющая мастерством речи, выделяющаяся специфическими манерами, привычками, поведением (сдержанность – развязность, открытость – замкнутость, доброжелательность – безразличие, объективность – предвзятость и т.д.).

**Пафос** – один из трёх базовых составляющих элементов античной риторики: этос – этическое начало, логос – словесное, мыслительное начало, пафос – эмоциональное начало.

**Пикировка** – обмен колкостями во время спора, обсуждения.

**Полемика** – публичный спор откровенных оппонентов с выражено противоположными взглядами чаще всего на политическую или научную тему.

**Политическое красноречие** (агитационное красноречие) – вид ораторского искусства, которому характерна полемичность, агитационность, эмоциональность, отражение острых социальных, государственных и

политических проблем, яркая выраженность авторской позиции, доходчивость, лаконичность и афористичность. В политическом красноречии выделяются такие жанры, как пропаганда, агитация, политические дискуссии, телевизионное обращение, телевизионные дебаты, лозунги и призывы, речи на совещаниях и партийных съездах, парламентские и митинговые речи и др.

**Правило Гомера** – последовательное изложение сильных, средних и в завершение самых сильных аргументов.

**Правило Паскаля** – предоставление оппоненту возможности выхода из проблемной ситуации.

**Правило Сократа** (правило трёх «да») – постановка перед важным вопросом двух простых, на которые собеседник заведомо ответит утвердительно.

**Прения** – споры при обсуждении докладов (научных, парламентских и др.). В прениях каждому оратору отводится единственное выступление с ограниченным регламентом.

**Публичная речь** (ораторская) – особая форма выступления оратора перед аудиторией с целью донести аудитории новую информацию, оказать необходимое воздействие на слушателей (убедить, внушить, воодушевить, заинтересовать, призвать к действию и т.д.). Противостоит интимной, дружеской, деловой, дипломатической речи.

**Рациональные аргументы** («аргументы по делу») – факты, обращение к авторитетам, законы, теории, аксиомы, традиционно принятые в данном обществе и не противоречащие основным законам логики.

**Ритор** – оратор и учитель ораторской речи в Древней Греции и Риме.

**Риторика** – 1) дисциплина, изучающая правила построения речи (художественной, ораторской и др.); 2) мастерство красноречия; 3) искусство ораторской речи.

**Риторические стратегии** – система плана и способов (приёмов) ораторского мастерства, риторической техники и риторической аргументации с целью эффективного воздействия на адресата. Выделяют риторические стратегии речевого информирования (представительная, уведомительная, нарративная, объектно-аналитическая, рационально-эвристическая и др.), стратегии речевого воздействия (одобрения / неодобрения, согласия / несогласия, престижа, соучастия, уверенности, симпатии, великодушия, скромности и др.), стратегии аргументации (амплификация, «шоковая» стратегия, маневр). Реализуются риторические стратегии с помощью риторических тактик – частных приёмов, выбор которых не всегда успешен и зависит от вида общения, адресата, ситуации.

**Риторические фигуры** – стилистические конструкции речевой выразительности: анафора, антитеза, градация, инверсия, эпифора, параллелизм, эллипсис, умолчание, риторические вопросы, обращения и восклицания, многосоюзие и бессоюзие и др.

**Риторический анализ** – средство самоконтроля, редактирования, средство оценки поведения и речи оратора, системы аргументации, уловок, средств орнаментации речи, степени владения темой, соответствия законам риторики и т.д. Примерная схема риторического анализа: 1) Кто говорит? 2) Кому говорит? 3) С какой целью говорит? 4) Что именно говорит и как? 5) Добивается ли говорящий своей цели? 6) Что говорящий сказал ненамеренно? 7) Что помогало говорящему добиться результата? 8) Что мешало говорящему добиться результата?

**Риторический вопрос** – вопрос не требующий ответа и направленный на стимулирование внимания слушателей или утверждение затронутой мысли.

**Риторический гамбит** – композиционный приём предоставления оппоненту форы, когда начало речи оратора содержит заведомо невыгодное для него суждение. За счёт указания на невыгодность, затруднительность своего положения говорящий получает позиционное преимущество.

**Риторический канон** – свод правил работы над публичной речью, включающий 5этапов: изобретение, расположение, словесное оформление, запоминание, произнесение.

**Риторическое восклицание** – выражение утверждения в восклицательной форме, приём привлечения внимания слушателей.

**Риторическое обращение** – стилистическая фигура, вопрос, обращение к отсутствующему лицу, неодушевлённому предмету, абстрактному понятию.

**Речевые жанры** – виды публичной речи (выступление на митинге, дебаты, агитационное выступление, политическая ораторская речь, политическая листовка, политическая реклама, открытое письмо, телевизионное обращение, интервью в СМИ и др.).

**Софистика** – искусство речевой манипуляции, риторических уловок, отстаивания заведомо ложных суждений, ориентация на победу в споре любой ценой (обманом, ложными ссылками на авторитеты, тождеством, «дамским аргументом», нарушением требований логики, преднамеренным запутыванием оппонента, смещением многих вопросов в один, подменой тезиса, предвосхищением основания, смешением абсолютного и относительного, использованием многозначных слов и т.д.).

**Судебное красноречие** – вид ораторского мастерства, которому характерны предельная объективность, логичность, аргументация и доказательность, детальная проработка структуры и содержания, целью которого является убеждение слушателей в истинности суждений. В судебном красноречии выделяются обвинительные и защитные речи.

**Схема Квинтилиана** – схема подготовки и произношения устной речи, в которой выделяется три этапа: изобретение, расположение, исполнение.

**Тезис** – положение, которое оратор стремится доказать с помощью специально подобранных аргументов.

**Топос** – общее риторическое место, тема, утверждение, на основе которого создаются мысли и речь в целом.

**Хрия** – в классической риторике схема рассуждения, совокупность семи приёмов для развёртывания темы (вступление, причина, противоположение, подобие, пример, свидетельство, заключение); нравоучение.

**Эзоповский язык** – язык, насыщенный различными иносказательными приёмами: аллегорией, иронией, перифразами, аллюзией, каламбурами, намёками, недомолвками, притчами.

**Экзигенция** – риторический призыв к действию, ситуация крайности, заставляющая оратора высказаться.

**Элокуция** – третий этап риторического канона по окончательному созданию текста выступления, поиску оптимальных языковых средств.

**Эпидейктическая речь** – публичное, торжественное, нередко импровизированное высказывание (речь юбилейная, приветственная, благодарственная, застольная, напутственная, надгробная и др.) конкретному адресату по определённом случаю.

**Эристика** – дисциплина, изучающая мастерство продуктивного спора.

## Темы рефератов

1. Причины появления ораторского искусства.
2. Становление риторики в античном мире.
3. Риторика в средние века.
4. Место риторики в западной культуре.
5. Роды и виды красноречия (общая характеристика).
6. Структура ораторской речи (составные части, их краткая характеристика).
7. Подготовка речи и выступление (основные этапы).
8. Особенности софистической риторической школы.
9. Риторический идеал и его свойства.
10. Основные риторические навыки и умения оратора
11. Повседневная подготовка к публичным выступлениям.
12. Основные этапы разработки ораторской речи.
13. Виды планов на разных этапах подготовки речи.
14. Изобретение. Основные элементы композиции.
15. Методы изложения материала.
16. Основные приёмы привлечения внимания аудитории.
17. Формально-логические законы и их проявление в публичной речи.
18. Доказательство как логическая операция.
19. Логические ошибки в рассуждениях.
20. Деловая беседа, деловые переговоры.
21. Социально-политическое красноречие.
22. Бытовое общение.
23. Духовно-нравственное красноречие.
24. Академическое красноречие.
25. Судебное красноречие.
26. Облик оратора. Личностные качества оратора.
27. Голос оратора, его показатели.
28. Теория общих мест или топики.
29. Правила построения ораторской речи в педагогической риторике
30. Основы дискусивно-полемиической речи.
31. Двойственные приёмы в споре.
32. Риторические особенности политического дискурса.
33. Риторические принципы и приёмы манипулирования массовой аудиторией.
34. Провокационная речь.
35. Императивная речь.
36. Убеждающие выступления.
37. Особенности рекламных жанров.
38. Риторика порицания.
39. Искусство речевого внушения.
40. Аргументы и их особенности.

41. Речевая выразительность тропов.
42. Речевая выразительность фигур.
43. Ирония в публичных выступлениях.
44. Содержательность и информативность выступления.
45. Построение речи по хрии.
46. Особенности восприятия устной публичной речи.
47. Психологические основы контакта оратора и аудитории.
48. Агональная коммуникация.
49. Риторические стратегии и тактики.
50. Риторика в современных СМИ.

## Вопросы для самопроверки по курсу «Риторика»

1. Цели и задачи, основные понятия и категории курса «Риторика».
2. Языковые особенности показательной ораторской речи (коммуникативно-контактные формулы, обращения, риторические вопросы и вопросно-ответные ходы, буквальные и вариативные повторы, присоединительные конструкции, конструкции с «именительным темой», экспрессивные эпитеты, инверсия и т.д.).
3. Тематико-целевая установка речи и желательная реакция слушателей.
4. Видовая и жанровая относительность выступления
5. Формулировка темы с учётом риторических требований к названию речи.
6. Источники и схемы подбора материала к выступлению.
7. Типология планов (словесные, текстовые; графические; картинные, изобразительные; предметные; математические).
8. Использование в публичном выступлении различных типов афористических изречений: сентенций, максим, парадоксов.
9. Рекомендации в выборе назывного, проблемного, тезисного, свободного; простого, сложного и микротемного планов.
10. Композиция выступления и деятельность оратора при построении речи.
11. Общие правила построения выступления (правило «золотого сечения», «фактор края»).
12. Своеобразие информационных жанров ораторской речи.
13. Своеобразие убеждающих и призывающих к действию жанров речи.
14. Виды аргументов убеждения («к публике», «к авторитету», «к существу дела», «к человеку», «к палке», «к тщеславию» и т.д.) и допустимость их использования в различных речевых ситуациях.
15. Анализ композиционной структуры рекламного текста (выделение слогана, разграничение заголовка, зачина, информационного блока, справочных данных, заключения) и эффективных в нём риторических приёмов.
16. Своеобразие воодушевляющих, развлекательных и сокровенных жанров речи.
17. Редактирование негативных моментов воодушевляющих выступлений.
18. Построение развлекательных выступлений с использованием различных приёмов комизма (алогизмы, парадоксы, ирония, гипербола, каламбур и др.).
19. Анализ сокровенных монологов и обнаружение в них принципа господства интуитивно-эмоционального начала над рационально-логическим и принципа сочетания недосказанности с речевой чрезмерностью.
20. Методика организации и проведения дискуссии.
21. Основные виды тактики поведения в конфликте (рациональное убеждение, давление, апелляция, дружелюбное обращение,

- коалиционная тактика, заключение сделок, создание эффекта неожиданности).
22. Специфика использования выразительных средств речи в публичном выступлении.
  23. Правила уместности и целесообразности использования в публичной речи различных стилистических фигур.
  24. Правила формирования правильного типа речевого дыхания, звучности и полноты голоса.
  25. Принципы формирования отчётливой дикции.
  26. Индивидуально-профессиональные особенности интонирования высказывания.
  27. Приёмы установления контакта со слушателями в зависимости от содержания высказывания.
  28. Жестовое поведение и мимическое сопровождение основных эмоциональных состояний в публичном выступлении.
  29. Организационные правила, условия и схемы комплексного анализа публичного выступления.
  30. Значимые профессиональные качества социального работника и отражение их в речи.
  31. Использование богатств речевой техники и невербальное сопровождение публичной речи социального работника.

## Ключи к тестам

### I. Основы риторики

**1.** а, б, г, д, е, ж; **2.** а, б; **3.** г; **4.** в, г; **5.** а, г; **6.** а, б, г, д; **7.** в, г, д; **8.** д; **9.** а, б, г, д, е; **10.** а, б, в, г, д; **11.** а, в, г, д; **12.** а, б, г, д; **13.** в; **14.** а, б, в, г, д, ж; **15.** б; **16.** а, б, в, д, ж; **17.** а, в, г, д, е, ж; **18.** а, б, г, д, е, ж, з, и, к; **19.** а, б, г, д, е; **20.** б, в, г, д, е, ж, з; **21.** б, в, г, д; **22.** а, б; **23.** а, б, в, д, е; **24.** а, б, в; **25.** б, г; **26.** а, б, в, г, д, ж, з, и; **27.** а, г; **28.** а; **29.** а, б, в, д, е, ж, з.

### II. Публичные выступления

**1.** а – 3, б – 2, в – 1; **2.** а, в, г, д, е; **3.** а, б, г; **4.** а, б, в, г; **5.** а, б, в, г; **6.** а, б, в, г, е, ж; **7.** г, е; **8.** а, в, г, д, е; **9.** а, б, г; **10.** а, б, в, г, д, е, з; **11.** а, б, в, д; **12.** а, в, г, д, е; **13.** г; **14.** а, б, в, д, е; **15.** а, б, г, д, е, ж, з; **16.** а, б, в, г, д, е, ж; **17.** а; **18.** а, б, в, г, е, ж, з, и, к; **19.** а, б, в, г, е; **20.** а, б, в, д, е, ж; **21.** а, б, в, г, д, е, з; **22.** а, б, г, д, е, ж; **23.** а, б, в; **24.** а, б, в, д, е, ж, з, и, к, л, м; **25.** а, б, г, д, е, з; **26.** а, б, в, г; **27.** а, б, в, д; **28.** а, б, в, д, е, ж; **29.** а; **30.** а, в, г, д; **31.** б; **32.** в; **33.** в; **34.** а, б, в, е; **35.** а, б, в, д, е; **36.** а, б, в, г, д, е, з, и; **37.** а, б, д, е, ж; **38.** б, в, г, д; **39.** а, б, в; **40.** б, в, г; **41.** а, в, г, д, е, ж; **42.** б, в, г; **43.** б, г; **44.** а, б, в, г, е; **45.** а, б, в, г, д, е, ж, з, и, к.

### III. Риторический спор

**1.** в; **2.** а, б, в, д, е; **3.** в; **4.** б, в, г; **5.** а, в, г, д; **6.** б; **7.** а, в, г; **8.** а, б, г; **9.** а, б, в, д, е, ж, з, и; **10.** а, в, г, д, ж; **11.** б, г; **12.** б, в, г, д, е; **13.** а, в, г, д, е, ж, з; **14.** а; **15.** б; **16.** а, в, г, д, е; **17.** А, в; **18.** А, б, в, д, е, з, и; **19.** а, б, в, г, д, ж, з, и, к, л, м; **20.** а, б, в, г, д, ж, з, и, к, м; **21.** а, в, г, д; **22.** а, б, г, д, е, ж; **23.** а, б; **24.** б, в, г; **25.** а, б, г; **26.** а; **27.** б; **28.** а; **29.** б, в, г, д, е, ж; **30.** а, в, г, д, е, ж, з, и, к; **31.** а, в, г, д, е, ж, з; **32.** в; **33.** б; **34.** а; **35.** а, в, г; **36.** б, в, г, д, е; **37.** б; **38.** а, б.

### IV. Выразительность речи

**1.** а; **2.** а, в, г, д, е, ж, з, и; **3.** а, б, в, д, е, ж, з; **4.** а, б, в, г, д, е, з; **5.** в; **6.** а, в, г, д; **7.** а; **8.** в; **9.** а, б; **10.** а, б, в, д; **11.** в; **12.** а; **13.** б, в, г, д.

### V. Техника речи и речевое мастерство

**1.** б, в; **2.** а, в; **3.** а, б, г, д, е, ж, з, и, к; **4.** б, в; **5.** б, в, г; **6.** а, б, в, д, е, ж; **7.** б; **8.** а, б, в, г; **9.** б, в, г, д, е; **10.** а, б.

## Литература

1. Александров, Д.Н. Риторика: учеб. пособие / Д.Н. Александров. – 3-е изд. – М. : Флинта, 2004. – 624 с.
2. Аристотель. Риторика. Поэтика / Аристотель. – М. : Лабиринт, 2000. – 224 с.
3. Брызгунова, Е.А. Интонация и синтаксис // Современный русский язык: учеб. для студ. филол. фак. унив. / Под ред. В.А. Белошапковой. – М. : Просвещение, 1989. – 186 с.
4. Введенская, Л.А. Деловая риторика: учеб. пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – М: ИКЦ «Март», Ростов н/Д : «Март», 2004. – 512 с.
5. Волков, А.А. Основы риторики: учеб. пособие для вузов / А.А. Волков. – 2-е изд. – М. : Акад. проект, 2005. – 304 с.
6. Головин, Б.Н. Основы культуры речи / Б.Н. Головин. – М. : Высш. шк., 1988. – 335 с.
7. Далецкий, Ч. Риторика: заговори, и я скажу, кто ты: учеб. пособие / Ч. Далецкий. – М. : Омега-л., 2004. – 488 с.
8. Данкел, Ж. Ораторское искусство – путь к успеху / Ж. Данкел, Э. Парнхэм. – СПб : Питер Пресс, 1997. – 192 с.
9. Демиденко, Л.П. Речевые ошибки / Л.П. Демиденко. – Минск : Высш. шк., 1985. – 263 с.
10. Карнеги, Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично / Д. Карнеги : пер. Ю.В. Семенова. – М. : ОНИКС, 1994. – 205 с.
11. Кохтев, Н.Н. Риторика / Н.Н. Кохтев. – М. : Просвещение, 1994. – 207 с.
12. Кузнецов, И.Н. Практикум по риторике / И.Н. Кузнецов. – Минск : Современное слово, 2004. – 352 с.
13. Кузнецов, И.Н. Риторика / И.Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
14. Кузнецов, И.Н. Риторика, или ораторское искусство: учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 431 с.
15. Львов, М.Р. Риторика. Культура речи / М.Р. Львов. – М. : Академия, 2003. – 273 с.
16. Львов, М.Р. Риторика / М.Р. Львов. – М. : Академия, 1995. – 256 с.
17. Михальская, А.К. Основы риторики / А.К. Михальская. – М. : Дрофа, 2001. – 496 с.
18. Мурина, Л.А. Риторика / Л.А. Мурина. – Минск : Университетское, 1994. – 272 с.
19. Поварнин, С.И. Спор. О теории и практике спора / С.И. Поварнин. – Минск : ТПЦ «Полифакт», 1992. – 48 с.
20. Павлова, К.Г. Психология спора. Логико-психологические аспекты / К.Г. Павлова. – Владивосток : ВДУ, 1988. – 208 с.

- 21.Петров, О.В. Риторика: учеб. пособие для студентов юридич. вузов / О.В. Петров. – М. : ООО «Профобразование», 2001. – 424 с.
- 22.Порубов, Н.И. Риторика / Н.И. Порубов. – 2-е изд., Минск : Высш. шк., 2004. – 352 с.
- 23.Рождественский, Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский; под ред. В.И. Аннушкина. – 4-е изд., М. : Флинта-Наука, 2006. – 512 с.
- 24.Розенталь, Д.Э. Говорите и пишите по-русски правильно / Д.Э. Розенталь. – 3-е изд. – М. : Айрис-пресс, 2009. – 256 с.
- 25.Сопер, П. Основы искусства речи: книга о науке убеждать / П. Сопер. – Ростов н/Д : Феникс, 1995. – 448 с.
- 26.Формановская, Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н.И. Формановская. – М. : Высшая школа, 1989. – 120 с.
- 27.Хазагеров, Г.Г. Риторика / Г.Г. Хазагеров, И.В. Лобанов. – 2-е изд., Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.
- 28.Хазагеров, Г.Г. Риторика для делового человека / Г.Г. Хазагеров, Е.Е. Корнилова. – 2-е изд., М. : Флинта, 2003. – 136 с.
- 29.Штрекер, Н.Ю. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов / Н.Ю. Штрекер. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 383 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ЛЕКЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ.....</b>	<b>3</b>
I. Риторика как наука и искусство воздействия.....	3
II. Особенности устной публичной речи.....	7
III. Деловое общение.....	17
IV. Искусство спора.....	22
V. Выразительность речи.....	30
VI. Техника речи.....	34
<b>КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ.....</b>	<b>42</b>
I. Основы риторики.....	42
II. Публичные выступления.....	47
III. Риторический спор.....	56
IV. Выразительность речи.....	63
V. Техника речи и речевое мастерство.....	65
<b>ИГРОВЫЕ РИТОРИЧЕСКИЕ СИТУАЦИИ.....</b>	<b>67</b>
<b>ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОТРАБОТКИ РИТОРИЧЕСКИХ УМЕНИЙ.....</b>	<b>69</b>
<b>КРАТКИЙ СЛОВАРЬ РИТОРИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ.....</b>	<b>70</b>
<b>ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ.....</b>	<b>76</b>
<b>ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ ПО КУРСУ «РИТОРИКА»</b>	<b>78</b>
<b>КЛЮЧИ К ТЕСТАМ.....</b>	<b>80</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>81</b>