

И. А. СТЕРНИН

ПРАКТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА

*Допущено
Учебно-методическим объединением
по специальностям педагогического образования
в качестве учебного пособия для студентов
высших учебных заведений, обучающихся по специальности
032900 — Русский язык и литература*

2-е издание, исправленное и дополненное

УДК 82.085(075.8)
ББК 83.7я73
С797

Рецензенты:

доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой русского языка
Ярославского государственного педагогического университета *Л. Г. Антонова*;
доктор филологических наук, профессор, ведущий научный
сотрудник сектора психолингвистики и теории коммуникации
Института языкознания РАН *Н. В. Уфимцева*

Стернин И. А.

С797 Практическая риторика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб.
заведений / Иосиф Абрамович Стернин. — 2-е изд., испр. и
доп. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. — 272 с.
ISBN 5-7695-2158-9

Учебное пособие содержит краткие объяснения риторических правил, приемов, понятий, практические задания для приобретения и отработки практических риторических навыков. Может быть использовано как самоучитель. Основные задания снабжены ответами.

Для студентов высших учебных заведений. Книга будет полезна при изучении курсов «Культура общения», «Русский язык как средство общения», «Русский язык и культура речи». Может быть интересна также студентам техникумов, широкому кругу специалистов, желающих улучшить свои навыки общения и публичной речи.

УДК 82.085(075.8)
ББК 83.7я73

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

*В оформлении обложки использован фрагмент репродукции
картины Яна Стина «Риторика» (1662)*

ISBN 5-7695-2158-9

© Стернин И. А., 2005
© Издательский центр «Академия», 2005

СОДЕРЖАНИЕ

От автора	3
-----------------	---

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Тема 1. Речевое воздействие как наука	5
Что такое речевое воздействие?	5
Что такое риторика?	6
Основные понятия науки о речевом воздействии	7
Способы речевого воздействия	7
Факторы, правила и приемы речевого воздействия	8
Коммуникативная позиция	9
Способы речевого воздействия на личность	10
Речевое воздействие и манипулирование	12
Коммуникативные неудачи	13
Коммуникативная грамотность	13
Причины возникновения науки о речевом воздействии в XX в.	14
Риторика и демократия	15
<i>Задания</i>	16
Тема 2. Понятие эффективной коммуникации	21
Что такое эффективность коммуникации	21
Эффективность и «затратность» общения	23
Коммуникативное равновесие	25
Условия эффективного речевого воздействия	25
Коммуникативные барьеры	26
<i>Задания</i>	29
Тема 3. Вербальное речевое воздействие	32
Фактор соблюдения коммуникативной нормы	33
Фактор установления контакта с собеседником	33
Фактор содержания речи	34
Фактор языкового оформления	34
Фактор стиля общения	34
Фактор объема сообщения	35
Фактор расположения информации	35
Фактор адресата	35
<i>Задания</i>	35

Тема 4. Невербальное речевое воздействие	39
Соотношение вербального и невербального речевого воздействия	40
Виды невербальных сигналов	41
Национальная специфика невербальной коммуникации	44
Имидж	44
Невербальные средства усиления коммуникативной позиции говорящего	47
Фактор внешности	47
Фактор взгляда	51
Фактор физического поведения	51
Фактор организации пространства общения	53
Фактор голоса	55
<i>Задания</i>	55
Тема 5. Языковой паспорт говорящего	59
Понятие о языковом паспорте	59
Языковой паспорт оратора	60
<i>Задания</i>	61

ОБЩИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Тема 6. Виды публичных выступлений	65
Виды публичных выступлений по цели	65
Виды публичных выступлений по форме	66
<i>Задания</i>	67
Тема 7. Основные требования к публичному выступлению	69
Эффективность устной речи	69
Основные трудности публичного выступления	70
«Борьба» слушателей с оратором	70
Общие требования к публичному выступлению	72
<i>Задания</i>	75
Тема 8. Работа над речевой формой выступления	78
Разговорность стиля	78
Простота изложения	78
Конкретность лексики	80
Разнообразие номинативных средств	81
Риторические фигуры	81
Передача графических знаков в устной речи	83
Выразительность речи	83
<i>Задания</i>	84
Тема 9. Подготовка к публичному выступлению	96
Как готовиться к устному выступлению	96
Обдумывание выступления	97
Выбор темы и определение основного содержания будущего выступления	98
Структура публичного выступления	99
Обозначение структурных частей выступления	99
Место важной информации	100

	Подготовка конспекта выступления	100
	Как пользоваться конспектом?	101
	Выработка уверенности в себе	102
	Репетиция выступления	102
	Психологическая и физическая подготовка к выступлению	103
	<i>Задания</i>	104
Тема 10. Начало выступления	105
	Организационный момент в аудитории	105
	Вступление, его виды и функции	107
	Приемы привлечения внимания аудитории	109
	<i>Задания</i>	113
Тема 11. Поведение оратора в аудитории	116
	Восприятие оратора аудиторией	116
	Ораторская индивидуальность	118
	Риторические позиции оратора в ходе выступления	120
	Внешний вид оратора	121
	Манера выступления	121
	Расположение в аудитории	123
	Движение	123
	Взгляд	124
	Позы и жесты	125
	Громкость, темп и интонация	127
	Приемы борьбы с волнением	127
	Реакция оратора на неполадки и помехи в ходе выступления	128
	Неполадки в деятельности оратора	129
	<i>Задания</i>	132
Тема 12. Поддержание внимания аудитории в ходе выступления	135
	Факторы, влияющие на внимание слушателей	135
	«Чтение» оратором аудитории	136
	Периоды внимания	137
	Приемы поддержания внимания	138
	Донесение главной мысли выступления	139
	Соблюдение регламента	141
	<i>Задания</i>	142
Тема 13. Завершение публичного выступления	143
	Функции концовки публичного выступления	143
	Варианты концовок	144
	Как не надо заканчивать выступление	145
	Ответы на вопросы аудитории	146
	<i>Задания</i>	148
Тема 14. Аргументация	151
	Тезис и аргументы	151
	Убедительность аргументов	152
	Правила аргументации	153
	Способы аргументации	153
	Помехи восприятию аргументации	155
	Правила эффективной аргументации	156
	<i>Задания</i>	165

ПОДГОТОВКА ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В РАЗНЫХ ЖАНРАХ

Тема 15. Информационное выступление, его основные особенности	172
Виды информационных выступлений	172
Общие правила подготовки информационных выступлений	173
<i>Задания</i>	174
Тема 16. Рекламное выступление	177
Что такое реклама?	177
Для чего нужно учиться рекламе?	178
Правила подготовки устного рекламного выступления	179
<i>Задания</i>	180
Тема 17. Рассказ о себе	182
Автобиография	182
Свободный рассказ о себе	182
<i>Задания</i>	183
Тема 18. Рассказ о событии	186
Правила рассказывания о событии	186
<i>Задания</i>	187
Тема 19. Протоколно-этикетное выступление и его основные особенности	190
Виды протоколно-этикетных выступлений	190
Основные требования к протоколно-этикетным выступлениям	191
Правила подготовки поздравительных и приветственных речей	192
<i>Задания</i>	192
Тема 20. Представление гостя	193
Правила представления гостя	193
<i>Задания</i>	194
Тема 21. Похвальное слово	196
Правила подготовки похвального слова	196
<i>Задания</i>	196
Тема 22. Развлекательное выступление, его основные особенности	198
Основные особенности развлекательной речи	198
Случай из жизни	199
Анекдот	199
Тост	200
<i>Задания</i>	202
Тема 23. Убеждающее выступление и его основные особенности	205
Воодушевляющее выступление	206
Агитационное выступление	206
Собственно убеждающее выступление	207
<i>Задания</i>	208
Тема 24. Дебаты	215
Публичные дискуссии и современное общество	215
Дебаты: спор или обсуждение?	217

Подготовка дебатов	220
Правила для участников дебатов	222
Проведение дебатов	223
Участие зрителей	224
<i>Задания</i>	225

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Тема 25. Как повысить эффективность публичного выступления?	232
Эффективность отдельных форм публичного выступления	232
Эффективность отдельных видов публичного выступления	233
Эффективность выступления в различных аудиториях	234
Типы аудитории	234
Однородная/разнородная аудитория	234
Большая/небольшая аудитория	235
Подготовленная/неподготовленная аудитория	236
Профессиональная аудитория	238
Позитивно/негативно настроенная аудитория	239
Женская/мужская аудитория	240
Молодежная аудитория	241
Детская аудитория	243
Аудитория среднего возраста	243
Аудитория старшего возраста	243
Ригидная/гибкая аудитория	244
Национальная специфика аудитории	245
Аудитория с разным уровнем понимания	246
Аудитория с разным отношением к воспринимаемой информации	247
Типы слушателей по умению понять смысл сообщения	249
Оценка эффективности публичного выступления	250
<i>Задания</i>	251
Заключение	255
Ключи к отдельным заданиям	256
Литература	262

ОБЩИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Т е м а 6

ВИДЫ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

Существует довольно много классификаций публичных выступлений. Для практического обучения искусству публичного выступления наиболее целесообразно подразделение публичных выступлений на виды по их функции, т.е. по цели, которую ставит оратор в своем выступлении. Иногда подобную классификацию называют классификацией жанров публичного выступления.

Виды публичных выступлений по цели

По цели выделяют четыре основные, наиболее распространенные в ораторской практике вида публичных выступлений:

- 1) информационное;
- 2) протольно-этикетное;
- 3) развлекательное;
- 4) убеждающее.

1. Цель — сообщить некоторую информацию.

Такая речь называется **информационной**. Информационный жанр используется в научном докладе, сообщении, лекции перед студентами, в монологе учителя при объяснении, в рассказе о каком-либо случае или при описании некоторого явления, в ответе ученика на уроке. Инструкция, объявление о предстоящем событии тоже относятся к информационным выступлениям.

2. Цель — соблюсти некоторый общепринятый ритуал, протокол, этикет.

В этом случае можно говорить о **протольно-этикетном** выступлении: приветствие официальной делегации, официальное поздравление юбиляра, вступительное слово перед каким-либо мероприятием, выступление с оценкой заслуг человека или организации (похвальное слово), речь на траурном митинге, официальный тост и др.

3. Цель — развлечь собравшихся.

В таком случае мы будем иметь **развлекательное** выступление. Таковы, например, многие неофициальные тосты, речи на бан-

кетах, рассказы об интересных происшествиях, смешных случаях из жизни и др.

4. Цель — убедить.

Убеждающая речь призвана показать правильность занимаемой оратором позиции, укрепить или изменить мнение аудитории по этому вопросу. Типичные случаи убеждающих выступлений — выступления в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные выступления.

Цели, которые ставит перед собой оратор, могут сочетаться, в результате чего выступления могут приобретать комплексный характер. Можно, например, говорить об информационно-этикетных, информационно-развлекательных, информационно-убеждающих выступлениях, возможны также и другие смешанные типы.

Виды публичных выступлений по форме

В риторике различаются также виды публичной речи по форме (формы публичного выступления): доклад, сообщение, выступление, лекция, беседа.

Доклад — развернутое сообщение, которое раскрывает какую-либо важную научную или общественно-политическую проблему, на определенную тему. Доклады делают обычно на серьезные научные, производственные, политические темы. Доклады заранее готовят, в них подводят итоги и намечают задачи, они строятся по строгому плану. Чтобы самому подготовить доклад, надо прочитать специальную литературу по данной теме, изучить проблему. В докладе обычно рассматривают историю проблемы, рассматривают тему всесторонне, дают оценки разным подходам и точкам зрения. По времени доклады могут длиться от 10—15 мин до 2—3 ч (например, доклады правительства).

Сообщение — небольшое по времени (5—10 мин) выступление, в котором рассматривается один небольшой вопрос или проблема. Сообщение — это маленький доклад на частную тему. Сообщения обязательно должны быть короткими, содержать конкретную, фактическую информацию, наглядные примеры и исчерпывающе раскрывать одну небольшую тему. Сообщения обычно делаются разными выступающими, чтобы вместе раскрыть какую-нибудь большую проблему. Каждое сообщение посвящено частному аспекту проблемы. Сообщения готовят заранее, их надо продумать, прочитать литературу.

Выступление — краткое, обычно подготовленное сообщение при обсуждении какого-либо, заранее объявленного вопроса. Выступления всегда кратки — 3—5 мин, тема может быть выбрана заранее (в рамках обсуждаемой проблемы) либо сформулирована

в ходе обсуждения проблемы (импровизационное выступление). Выступления, как и сообщения, часто планируются так, чтобы они дополняли друг друга при обсуждении проблемы, раскрывали разные стороны или точки зрения на проблему.

Лекция — связанное, развернутое научное или научно-популярное изложение какого-либо вопроса специалистом. Лекции используются в учебной обстановке — в школе, вузе. Научно-популярные лекции на те или иные темы читают для широкого круга слушающих. В лекции все должно быть логично, понятно для слушателей, все сложные термины и слова необходимо объяснить. В лекции обязательно надо выделить отдельные вопросы (пункты). Лекции обычно бывают по длительности от 20—30 мин до 1—1,5 ч (вузовская лекция).

Беседа — развернутый, подготовленный (т.е. заранее продуманный оратором) диалог со слушателями. Беседа может включать достаточно продолжительные отрезки речи оратора (монологи), но она предполагает обязательное задавание вопросов слушателям, выслушивание, анализ и комментирование их ответов. Беседа используется в публичной речи тогда, когда аудитория небольшая (не более 30 человек) и слушатели заинтересованы в информации, которую им сообщают.

Задания

1. Какие утверждения правильные?

1. Ответ ученика на уроке — это убеждающее выступление.
2. Информационная речь — это лекция, рассказ учителя.
3. Тост — это развлекательное выступление.
4. Речь на открытии нового учебного заведения — протокольно-этикетное выступление.
5. Речь на траурном митинге — это протокольно-этикетное выступление.
6. Анекдот для публики — это развлекательное выступление.
7. Речь с оценкой заслуг юбиляра — убеждающее выступление.
8. Речь с оценкой заслуг юбиляра — развлекательное выступление.
9. Доклад — всегда подготовленное выступление.
10. Сообщение — это краткое неподготовленное выступление.
11. Выступление — это подготовленное или неподготовленное сообщение.
12. Лекция строится по строгому плану.
13. Беседа эффективна в небольшой аудитории.
14. Лекции читаются в вузах (в сфере высшего образования).

15. В беседе слушатели отвечают по ходу на вопросы оратора.

2. Относятся ли к публичным выступлениям следующие (если да, то к какому виду по цели).

Выступление кандидата на выборах перед избирателями; объявление сокурсникам о завтрашней экскурсии; разговор декана со студентом в его кабинете; устный отчет о проделанной работе на профсоюзном собрании; выступление на митинге; рассказ родителям о делах в институте; представление курсу почетного гостя; тост, который произносит отец на юбилее своего начальника; выступление на похоронах; рассказ дворовым друзьям о происшествии во время экскурсии; выступление, в котором вы поздравляете с праздником своих преподавателей; поздравление ректором выпускников вуза; объявление по радио; анекдот для публики; поздравление школьником учительницы с праздником 8 Марта от имени класса; «Расскажу вам интересный случай» (выступление на занятии по риторике); новости, которые читает диктор в программе «Время»; инструкция о том, как играть в какую-либо игру для детей в лагере отдыха; похвальное слово школе (на выпускном вечере); речь учителя о необходимости организации летних оздоровительных лагерей для школьников (на родительском собрании); речь перед учащимися о вреде курения; приглашение сокурсников посетить выставку книг в библиотеке; реклама жевательной резинки (по телевизору); аннотация книги для сокурсников (на занятии по риторике); речь о важности занятий спортом (на конкурсе ораторов); рассказ попутчикам о себе (в поезде дальнего следования).

3. Определите, какая форма публичного выступления используется (доклад, сообщение, выступление, лекция, беседа).

Отчет Председателя Совета Министров о работе правительства за год; речь кандидата в депутаты на предвыборном митинге; объяснение материала учителем на уроке; получасовое выступление ученого на научной конференции; десятиминутное выступление студента на научной конференции; выступление трех учеников с подготовленными материалами (по 3 мин) в ходе объяснения учителя по теме урока; классный час с выступлением психолога, который рассказывает о проблемах психологии, задает вопросы учащимся и отвечает на их вопросы; выступление сотрудника библиотеки в группе с обзором новых поступлений.

Ваше мнение

Почему наши политики так плохо говорят?

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ

Эффективность устной речи

Одну и ту же мысль можно выразить как устно, так и письменно. Можно раздать написанный текст, чтобы слушатели ознакомились с вашими идеями, или выступить перед ними и устно изложить те же самые идеи. Как вы думаете, в каком случае вы достигнете большего эффекта? Конечно, при устном выступлении.

Сформулируем основные преимущества устной речи перед письменной.

1. Устное выступление — наиболее древний, а значит, наиболее освоенный человечеством вид речи. Оно привычно для человека и менее всего трудно для него. Очень многим людям письменно изложить свои идеи трудно, а некоторым просто не под силу, а рассказать о них устно они могут. Устная речь — способ общения, которым владеет весь народ, включая маленьких детей; письменной же речью владеют не все.

2. Устная речь имеет богатый арсенал дополнительных коммуникативных средств — мимика, жесты, позы, интонация. Как отмечал английский писатель Б. Шоу, есть 50 способов сказать *да* и *нет* и только один способ их написать.

3. В устной речи гораздо легче передать эмоцию, эмоциональное состояние говорящего.

4. В условиях устной речи дополнительно воздействуют сама личность оратора, его внешность, манера общения, эмоциональность, убежденность.

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

6. В процессе устного выступления говорящий, как правило, имеет обратную связь со слушателями, он следит за тем, как его слушают, понимают или нет, может учесть реакцию аудитории и изменить свою речь так, чтобы его лучше поняли.

7. Устное выступление часто легче понять слушателям — ведь можно задать выступающему вопрос, и он прояснит непонятное место; можно вести диалог с оратором.

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

9. Устное выступление характеризуется простотой реализации — не нужны материальные затраты, специальные средства письма, ксерокопирование текста и т. д.

Основные трудности публичного выступления

Хорошая публичная речь — это искусство. Почему так трудно бывает хорошо выступить? Причин здесь обычно несколько: оратор волнуется, он забывает, о чем собирался говорить, боится вопросов, опасается, что не уложится в отведенное время, боится, что его не поймут, не поверят ему, не уверен в себе и т. д.

Американский специалист в области ораторского искусства Ф. Снелл указывал на следующие трудности оратора: нельзя прервать выступление, когда хочется; нельзя рассчитывать на себе-седников, успех зависит только от вас; трудно понять отношение аудитории к себе; слушатели сопоставляют вас с образцовыми ораторами, с теми, кого видят по телевизору; нельзя вести себя свободно, так, как хочется; по вашему выступлению о вас составят мнение, которое потом будет трудно изменить.

Действительно, трудностей много, поэтому первые выступления людей часто оказываются неудачными. Надо учиться анализировать и исправлять свои ошибки.

«Борьба» слушателей с оратором

Ораторы знают, что внимание и доверие аудитории необходимо завоевать. Почему аудитория не ждет любого оратора с распростертыми объятиями? Почему аудиторию, как правило, необходимо «расшевелить», «достучаться» до нее?

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

Во-вторых, аудитория склонна сопротивляться тому воздействию, которое пытается оказать на нее оратор, в силу

стремления каждой личности противостоять внушению. Тенденцию к такому противостоянию раскрыл Б. Ф. Поршнев в своей книге «Социальная психология и история» (М., 1979). По его мнению, «всякий говорящий внушает», слушающий же как личность борется против внушения, так как не хочет подчиняться чужому влиянию, не хочет «подпадать под обаяние» оратора, хочет сохранить свою независимость в суждениях, мнениях, эмоциональной сфере. Внушение психологи называют суггестией; борьба же с внушением оратора со стороны его слушателей, по Б. Ф. Поршневу, — «контрсуггестия».

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

Стратегия *избегания* характеризуется следующими признаками: аудитория проявляет невнимание, пропускает мимо ушей важную информацию, ищет и находит повод отвлечься от восприятия выступления оратора, не смотрит на него, стремится сесть подальше от оратора или просто не является на его выступление. Избеганием является и такой «детский» прием, как закрывание глаз. Избегание проявляется также в уклонении от восприятия той или иной информации. Например, статьи или лекции о вреде курения читают и слушают 60 % некурящих и только 30 % курящих; остальные 70 % курящих просто избегают их.

Стратегия *подрыва авторитета* основана на том, что источник информации квалифицируется как неавторитетный, не специалист в данной области, и поэтому все то, что он говорит, можно всерьез не воспринимать. Повод для подрыва авторитета оратора всегда может быть найден: или он молодой (*яйца курицу не учат*), или рядовой человек (она не психолог, а простая мать, какие она может дать полезные советы), или слишком модно одет (он думает только о своей внешности), или одет и выглядит старомодно (он отстал от жизни), или он не специалист в данном вопросе (он терапевт, а не фтизиатр, как он может судить о вреде курения) и т. д.

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

И наконец, стратегия *непонимания*. Эта стратегия заключается в том, что аудитория, слушая оратора, идея которого ей не нравится, интерпретирует такую идею или его аргументы как непонятные, на этом основании отвергая и саму идею,

отказываясь вникать в ее смысл. В таком случае аудитория говорит: «Мы не поняли его, мы не поняли, что он хотел нам доказать». Непонимание здесь фиктивное, имеет место просто отказ от восприятия идеи или доводов на основании квалификации их как непонятных.

Оратор должен знать и учитывать способы противостояния ему со стороны аудитории.

Общие требования к публичному выступлению

Когда мы готовимся к публичному выступлению, одни виды выступлений кажутся нам не очень сложными — например, объявление о завтрашней экскурсии (хотя и здесь есть свои трудности), другие — например, доклад по какой-нибудь теме, официальная речь на юбилее института, торжественном собрании — гораздо труднее. Надо учиться хорошо говорить перед аудиторией в самых разных условиях, а для этого овладеть умением готовить публичные выступления разных жанров: и информационные, и убеждающие, и протокольно-этикетные, и развлекательные.

Разные жанры, как и разные формы публичного выступления (лекция, доклад, выступление и др.), требуют разных приемов подготовки. Но есть в риторике общие правила подготовки публичного выступления — правила, которые можно и нужно применять при подготовке любого выступления в любом жанре. Эти правила называются общими требованиями к публичному выступлению. Назовем основные из них.

1. Решительное начало выступления.
2. Драматизм.
3. Сдержанная эмоциональность.
4. Краткость.
5. Диалогичность.
6. Разговорность.
7. Установление и поддержание контакта с аудиторией.
8. Понятность главной мысли.
9. Решительный конец.

1. Решительное начало выступления.

Первая фраза выступления должна быть продумана, подготовлена заранее и хорошо выучена. Нельзя запинаться в первой же фразе выступления или задумываться над тем, с чего вы начнете. Такого оратора аудитория сразу посчитает неуверенным, некомпетентным. Первая фраза должна быть четкой и понятной для слушателей. Ее необходимо заранее подготовить и хорошо отрепетировать, произнести уверенно и выразительно.

2. Драматизм.

Это напряжение в тексте. Драматизм создается в выступлении при намеренном столкновении разных точек зрения путем вступления оратора в спор с каким-либо мнением, авторитетом или точкой зрения, при рассказе о каких-либо необычных или трагических событиях, происшествиях. Как говорил Д. Карнеги: «Мир любит слушать о борьбе». Драматизм должен быть создан в тексте на этапе его подготовки.

3. Сдержанная эмоциональность.

Эмоциональность — обязательное требование к публичному выступлению, абсолютно необходимый его элемент. Слушатели должны ощущать, что вы говорите эмоционально, взволнованно, что вам самому небезразлично то, что вы говорите. Выступление ни в коем случае не должно быть монотонным.

Однако эмоциональность должна быть именно сдержанной. Нельзя не согласиться с известным американским специалистом по обучению риторике П. Сопером, который писал, что слушатель испытывает чувство неловкости при виде эмоционального разгула оратора. Вспомним знаменитое гоголевское высказывание об одном учителе-ораторе: «Александр Македонский, конечно, великий человек, но зачем стулья ломать?». В связи с этим предпочтительнее приводить факты, вызывающие у слушателей эмоции, нежели самому говорить слишком эмоционально.

4. Краткость.

Краткие выступления рассматриваются в большинстве аудиторий как умные, более правильные, содержащие истинную информацию. Особенно ценится краткость в русской аудитории, что отражено в известном выражении: *Коротко и ясно*.

Крайне необходимо соблюсти отведенный регламент, уложиться в отведенное время. Нужно учиться говорить коротко.

Хорошие рекомендации на эту тему дал своему сыну американский президент Франклин Делано Рузвельт. Объясняя, как надо выступать публично, Рузвельт дал сыну три совета: *будь искренен, будь краток, садись*.

5. Диалогичность.

Выступление должно представлять собой как бы диалог со слушателями. Оратор не обязан все время говорить сам, он должен задавать вопросы аудитории, выслушивать ее ответы, реагировать на ее поведение. Любое выступление должно иметь черты беседы. Вопросы могут быть и риторическими, но позволяют повысить эффективность устного выступления прежде всего краткие диалоги со слушателями в ходе самого выступления.

6. Разговорность.

Стиль выступления должен быть преимущественно разговорным, выступление должно носить характер непринужденной беседы. В этом и заключается разговорный стиль выступления.

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

Не надо использовать много специальных, книжных, иностранных слов, надо говорить проще — это тоже проявление требования разговорности. Можно использовать (умеренно!) разговорные слова, юмор, шутку.

7. Установление и поддержание контакта с аудиторией.

Само собой разумеется, что данное требование относится к числу важнейших. Установить контакт с аудиторией значит: смотреть на аудиторию во время выступления, следить за ее реакцией, вносить изменения в свое выступление в зависимости от ее реакции, демонстрировать приветливость, дружелюбие, готовность ответить на вопросы, вести с аудиторией диалог. Аудиторию надо разбить на секторы и смотреть по очереди на каждый сектор.

8. Понятность главной мысли.

Главная мысль должна быть передана словами, причем желательно не менее двух-трех раз в ходе выступления. В подавляющем большинстве случаев аудитория любит выводы и ждет их от оратора в сформулированном виде.

9. Решительный конец.

Как и начало, конец выступления должен быть кратким, ясным, понятным, заранее продуманным. Окончательную фразу надо заранее продумать и сформулировать. Ее, как и начальную фразу, надо отрепетировать, чтобы произнести без запинки, четко и понятно. Заключительная фраза должна быть произнесена эмоционально, несколько замедленно и многозначительно, чтобы аудитория хорошо поняла ее и одновременно поняла, что это завершение вашего выступления.

В публичных выступлениях разных жанров некоторые из приведенных общих требований могут проявляться в разной степени: например, понятность главной мысли более важна в убеждающих выступлениях, чем в развлекательных; краткость важнее в информационных, чем в некоторых видах протокольно-этикетных выступлений; эмоциональность в протокольно-этикетных выступлениях может быть выше, чем в информационных, где эмоции тре-

буются в значительно меньшей степени и т. д. С подобными особенностями проявления основных требований к публичному выступлению мы познакомимся при изучении отдельных жанров публичных выступлений, но в большинстве случаев основные требования должны в той или иной степени соблюдаться в любом выступлении.

Задания

1. Какие утверждения правильные?

1. Устная речь эффективнее письменной.

2. Письменная речь эффективнее устной.

3. Эффективность устной и письменной речи приблизительно одинакова.

4. Точности выражения легче достичь в письменной речи.

5. Повторение мысли в устной речи ухудшает ее восприятие.

6. Обратная связь — это получение оратором информации от слушателей о том, как воспринимается его выступление.

7. Обычно большая часть аудитории настроена позитивно к оратору.

8. Обычно большая часть аудитории настроена равнодушно к оратору.

9. Негативные слушатели в среднестатистической аудитории составляют 30 %.

10. Негативные слушатели в среднестатистической аудитории составляют 10 %.

11. Первая фраза выступления должна быть подготовлена заранее.

12. Первая фраза выступления должна быть импровизационной.

13. Содержание выступления должно быть построено на каком-либо конфликте, столкновении идей, точек зрения.

14. Оратор должен быть высоко эмоционален в процессе выступления.

15. Оратор должен быть умеренно эмоционален в процессе выступления.

16. Оратор должен быть логичен и малоэмоционален в процессе выступления.

17. Использование оратором простых, общеупотребительных слов снижает доверие к нему, создает впечатление о его некомпетентности.

18. Использование оратором простых, общеупотребительных слов повышает доступность выступления.

19. Оратор должен выбрать в аудитории симпатичное лицо и все рассказывать этому слушателю.

20. Надо смотреть во время выступления на всех слушателей, разбив аудиторию по секторам.

21. Главную мысль надо сформулировать и повторить 2—3 раза.

22. Главная мысль не должна быть выражена оратором прямо, надо подвести к ней слушателей, но не формулировать вывод за них.

23. Заключительная фраза должна быть импровизационной.

24. Заключительная фраза должна быть заранее подготовлена и отрепетирована.

25. Заключительная фраза должна быть выделена интонационно.

2. Прочитайте отрывок из повести В.Железникова «Чудак из шестого “Б”», в котором рассказывается, как герой повести, назначенный вожатым октябрят, готовится к первой встрече с ними. Рассказ ведется от лица главного героя.

На уроках я думал об октябрятах. Сначала я решил: войду к ним деловым шагом и скажу: «Здравствуйте, октябрята!». Потом у меня мелькнула мысль, что для первого знакомства необходимо произнести речь. ...Я взял бумагу и написал: «Дорогие октябрята! Пионерская организация прислала меня к вам, нашим младшим любимым товарищам, чтобы я закалил вас и подготовил нам достойную, славную смену. А сейчас мы составим план работы и будем его выполнять».

Я несколько раз перечитал свою речь, она показалась мне блестящей. Правда, в ней все-таки мало было мужества. Перечитал ее еще раз и в трех местах вставил слово «мужество». Теперь речь выглядела так:

«Дорогие октябрята! Пионерская организация, известная своим мужеством, прислала меня к вам, нашим младшим любимым товарищам, чтобы я закалил вас и подготовил нам достойную, славную, мужественную смену. А сейчас мы составим план работы и будем вместе мужественно его выполнять».

Потом я попытался выучить речь на память, но у меня ничего не вышло. Тогда я решил прочитать ее.

(По Л. Введенской)

К какому жанру публичного выступления относится речь главного героя?

К какому типу по форме относится подготовленная героем речь?

Какие правила подготовки публичного выступления выполнил, а какие нарушил вожатый? Приведите примеры нарушений.

Какие конкретные ошибки при подготовке выступления допустил вожатый? Выпишите их.

Как надо исправить эти ошибки?

Правильно ли главный герой решил использовать конспект?

Выступите перед малышами от имени вожатого, но постройте свое выступления без ошибок.

3. Диалогизируйте приводимые ниже высказывания: введите в них элементы диалога, превратите часть высказывания в вопрос к аудитории, замените книжные фразы и слова разговорными и т.д.

Образец. На улицах нашего города зимой воцаряется настоящий хаос, связанный с отсутствием достаточного количества снегоуборочной техники — весь город обслуживает всего 20 снегоуборочных машин, да и из них до половины постоянно в ремонте, поэтому снег с проезжей части убирается крайне медленно. что и приводит к постоянным пробкам. — Каждую зиму все мы ждем с большим опасением — а вдруг опять выпадет много снега. Как выглядит наш город после снегопада? Все улицы завалены снегом. Машины буксуют, люди опаздывают на работу и все на свете проклинают. Почему же не убирают снег с наших улиц? А как вы думаете, сколько у нас в миллионном городе снегоуборочных машин? Всего 20. А сколько из них работает? От силы половина. Остальные поломаны. Вот поэтому у нас такие пробки зимой на улицах!

1. Глядя на нынешний состав городской Думы, однозначно можно сказать, что руководителей-профессионалов, руководителей-производственников в ней единицы. 2. Не только в России, но и во всем мире знают, что первый воздушный десант был высажен в городе Воронеже. И произошло это неподалеку от того места, где ныне пересекаются улицы Лизюкова и Владимира Невского. 3. Трудно понять тех взрослых, которые говорят, что молодежь ленива, что в ее среде одни наркоманы и пьяницы. Это говорится лишь для того, чтобы снять с себя ответственность за воспитание детей.

4. Прочитайте поговорки. Объясните их смысл и придумайте короткие рекомендации начинающему оратору, которые включали бы в качестве компонента эти поговорки.

Образец. Речь вести — не лапти плести. — Любое устное выступление должно быть подготовленным. Нельзя надеяться, что ты сможешь хорошо выступить без подготовки — это только кажется, что выступить легко. Правильно говорит русская поговорка: речь вести — не лапти плести.

1. Знай боле, а говори мене. 2. Где много слов, там мало толку. 3. Лучше уж недоговорить, чем переговорить. 4. Не все сказывай, что поминается. 5. Шумом праву не быть. 6. Короткую речь слушать хорошо, под долгую речь думать хорошо. 7. Говорить не думая — что стрелять не целясь. 8. Оговорка — не обида. 9. Живое слово дороже мертвой буквы.

Ваше мнение

Кто достигает большего в жизни — владеющие искусством устной или письменной речи?

РАБОТА НАД РЕЧЕВОЙ ФОРМОЙ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Публичное выступление — это устное выступление, о преимуществах которого уже говорилось выше. Однако, чтобы устная речь произвела необходимое впечатление на аудиторию, чтобы она была эффективной, надо владеть техникой устной речи, а также предварительно поработать над текстом выступления, чтобы этот текст был удобен для устного воспроизведения и для восприятия на слух (последнее особенно важно, потому что иначе самая интересная и убедительная информация не будет воспринята аудиторией). Подобная работа над текстом называется в риторике *орализация текста* (от англ. *oral* — «устный»), т. е. «превращение письменного текста в устный».

Существует ряд требований к устному тексту публичного выступления и приемы, при помощи которых эти требования можно выполнить.

Разговорность стиля

В выступлении должны преобладать не малоупотребительные книжные, научные и официально-деловые слова и выражения, а более употребительные, стилистически нейтральные и разговорные.

Книжные и официальные слова необходимо постараться в процессе подготовки выступления заменить на нейтральные или разговорные (прием стилистической замены). Нейтральная и разговорная лексика легче воспринимается слушателями и вызывает большее доверие к оратору.

Так, вместо *в условиях конспирации* лучше сказать *в условиях секретности*. Вместо *в прессе* можно сказать *в газетах*, вместо *средства массовой информации* — *газеты, радио и телевидение*, вместо *прессинг* — *сильное давление* и т. д. Даже если точность выражения в этих случаях несколько пострадает, это окупится безусловным пониманием вашей речи.

Простота изложения

М. Жванецкий говорил: «Почему слушатели засыпают, а лектор — никогда? Видимо, у них более трудная работа». Понимание речи на слух — действительно довольно трудная задача, и ее надо максимально упростить для слушателей.

Иногда бывает необходимо употребить в выступлении научные и абстрактные слова и нужно тщательно продумать, как это пра-

вильно сделать. Соответствующее слово необходимо понятно объяснить — дать определение простыми словами, назвать синонимы, привести примеры его употребления, объяснить происхождение, повторить несколько раз в разных сочетаниях.

Например:

Последнее время мы часто слышим слово «инвестиции». А что же это слово означает? Это слово немецкое, означает «вложение денег в какое-либо дело, предприятие». Инвестиция — это не просто предоставление денег на что-либо, это вложение денег на длительный срок, долгосрочное вложение капитала. А «инвестор» — это человек, который вкладывает деньги. Инвестор, вкладывая деньги, рассчитывает, конечно же, на развитие того предприятия, в которое он вкладывает свои средства, и надеется впоследствии получить от этого предприятия прибыль. Ясно, что инвестиция для любого инвестора — это риск. Понятно также, что нашей экономике сейчас очень нужны инвестиции, и государство старается привлечь в нашу экономику солидных инвесторов. Поэтому слово «инвестиции» так часто употребляется сейчас в нашей прессе. Таким образом, инвестиция — это долгосрочное вложение капитала в какое-нибудь дело. Сегодня мы поговорим с вами о проблемах инвестиций в российскую экономику.

Объяснение сложных слов и понятий через простые называется *популяризацией*. Владение данным приемом является важнейшим условием создания эффективного устного текста.

Необходимо также использовать более простые синтаксические конструкции в тексте выступления (прием упрощения синтаксиса). Целесообразно избегать длинных сложноподчиненных предложений, развернутых причастных оборотов — все эти конструкции очень плохо воспринимаются на слух. Текст надо строить с применением более простых и коротких предложений, используя хорошо воспринимающиеся на слух вопросы и ответы (последнее отвечает и требованию диалогичности публичного выступления).

Следует избегать многословия. П. Сопер писал: «Преодолеть многословие — все равно что произвести прополку сада, где полезное растение не отличить от сорняков». Из каждого длинного предложения в процессе подготовки текста лучше сделать несколько коротких.

Использование цифровых данных значительно повышает убедительность выступления, однако необходимо соблюдать ряд правил приведения цифровых данных в устном выступлении. Чтобы цифры были восприняты слушателями и выглядели убедительно, надо соблюдать следующие правила.

1. Цифр должно быть немного, только тогда они выглядят убедительными для слушателей.

2. Цифры лучше округлять.

3. Статистические данные надо давать в сравнении или в пропорции. П. Сопер приводит как серьезную ошибку оратора такой

факт из публичного выступления: «В 1920 г. покупательная способность доллара по отношению к 1926 г., принятому за единицу, была 0,648, а в 1940 г. — 1,272». Следовало сказать: «В 1940 г. на доллар можно было купить вдвое больше, чем в 1920 г.».

4. Не следует указывать точные цифры квадратных километров, кубометров и населения, а подавать эти данные в наглядном сравнении, например: *по площади, как Москва, население в 10 раз больше, чем в Воронеже, такого количества газа нам хватит, чтобы обогреть наш дом 2,5 года* и т.д.

5. Надо точно указывать источник приводимых статистических данных.

Конкретность лексики

Необходимо избегать использования в речи слишком обобщенных наименований, их следует заменять на более конкретные, а следовательно на более известные и понятные всем слова (прием конкретизации).

Вместо того чтобы сказать *Это нужно прежде всего работникам бюджетной сферы*, лучше конкретизировать *Это нужно врачам и учителям, пенсионерам и воспитателям детских садов, инвалидам и медицинским сестрам, работникам музеев и актерам театров* и т.д. Конкретные наименования гораздо понятнее и ближе слушателям.

Во многих случаях конкретизация может способствовать возникновению наглядных образов в сознании слушателей, что гораздо эффективнее, чем чисто логические построения. Такая конкретизация называется образной: например, вместо *В этом году заметно возросло поголовье птицы* лучше сказать *В этом году заметно больше стали выращивать кур, уток, гусей, индюшек*. В сознании слушателей конкретные наименования птиц связаны с чувственными образами и эти образы активизируются, что облегчает восприятие и запоминание сказанного оратором.

П. Сопер дает следующие советы: говорите — *не шел, а бежал, ковлял, плелся, тащился* — это вызовет образ. Поставьте вопрос так: *Как зародыш из почти незаметного и видимого только в микроскоп оплодотворенного яйца развивается в футболиста весом в двести фунтов? Именно не в человека, а в футболиста!*

Д. Карнеги учил своих слушателей: *не собака, а пятнистый бульдог; не Филадельфия — крупный научный и медицинский центр, а Здесь 150 больниц и 4 института; не Лютер был упрям, а его поролли розгами по 15 раз в день*.

О. Эрнст советует вместо существительных, где можно, употреблять глаголы: *вскрытие — вскрыть, обеспечение — обеспечить, достижение — достичь, улучшение — улучшить*, что делает восприятие более образным.

Конкретизация также касается формы «упаковки» идей оратором. Для повышения внимания слушателей, придания речи наглядности и образности, большей достоверности и убедительности целесообразно, приводя идею, указывать конкретные подробности, касающихся появления этой идеи у оратора. Так, вместо *Недавно я встретил своего старого знакомого, который рассказал мне* лучше сказать так: *На прошлой неделе, когда ехал на дачу, на автостанции я увидел своего старого приятеля, с которым вместе когда-то работал и которого не видел более 20 лет. Естественно, стали спрашивать друг друга, как дела, какие новости. И он, представляете, рассказал мне...*

Эти кажущиеся на первый взгляд излишними конкретные подробности на самом деле являются «упаковочным материалом» ваших идей и придают этим идеям достоверность и правдивость, наглядно представляют слушателям соответствующую ситуацию, а обратив внимание на ситуацию, слушатели обратят внимание на «упакованную» в нее идею и запомнят ее.

Разнообразие номинативных средств

Выражаемая идея должна повторяться в ходе выступления, но повтор должен осуществляться в разной словесной форме. Повтор в одной и той же словесной форме настораживает слушателей, они начинают подозревать, что им насильно хотят «вдолбить» некоторую идею.

По возможности надо стараться избегать слов, обозначающих привычные оценки (*хорошо, плохо, великолепно, необыкновенно* и др.). Конечно, без них трудно обойтись, но надо стараться разнообразить их.

К важным риторическим фигурам относится повтор — «учиться, учиться и еще раз учиться». А. Стешов полагает, что надо не менее четырех раз повторить мысль, чтобы она отразилась в сознании. Повтор ведет к запоминанию (*Повторение — мать учения*); однако установлено, что механический повтор мысли четыре раза увеличивает количество воспринявших и запомнивших в два раза. Это означает, что повтор должен быть видоизмененным, нельзя повторять мысль в одной и той же словесной форме.

Пример эффективного повтора в видоизмененной форме: *мы должны изложить народу все факты; наш долг — дать народу полный отчет; народ должен все знать; надо сказать народу правду.*

Риторические фигуры

Немалую роль играют в речи оратора так называемые *риторические фигуры* — особые приемы речи, повышающие ее убедительность и силу воздействия.

Самой сильной и эффективной риторической фигурой считают риторический вопрос. Это вопрос, не требующий ответа, типа: «Сколько может продолжаться это безобразие?!». Эффективность его в том, что он «ненавязчиво навязывает» нужную идею. Особенно высока эффективность риторических вопросов в состоянии напряженного ожидания, когда аудитория эмоционально возбуждена. В риторике часто вспоминают такой случай из судебной практики адвоката Плевако: он защищал старушку, укравшую французскую булку. Прокурор заявил, что кража невелика, но это преступление, и оно подрывает основы законов империи. Плевако, обращаясь к присяжным заседателям, сказал: «Уважаемые господа присяжные! Не мне напоминать вам, сколько испытаний выпало на долю нашего государства и в скольких из них Россия вышла победительницей. Устоев Российской империи не смогли подорвать ни татаро-монгольское нашествие, ни нашествия шведов, турок, французов. Как вы думаете, вынесет ли Российская империя одну французскую булку?». Старушку оправдали.

Риторические вопросы хорошо воспринимаются на слух (как, впрочем, и любые вопросы), поэтому это эффективное риторическое средство в устной речи.

Есть и другие риторические фигуры.

Анафора — одинаковое начало ряда фраз: *нам надо выяснить..., нам надо установить..., нам надо сказать...* и т.д.

Эпифора — повторение слова или словосочетания в конце каждой части высказывания или группы высказываний: *У немцев везде чисто — в офисах чисто, в коридорах чисто, на улицах чисто, в туалетах — и в тех чисто.*

Градации — расположение слов так, чтобы каждое последующее было выразительнее, сильнее предыдущего: *он не догадывался, не знал, не ведал, ему и в голову не могло это прийти.*

Антитеза — противопоставление внутри одной и той же фразы: *Государство пухнет — народ хиреет; граждане воруют — страна богатеет* (М. Жванецкий).

Перечислительный ряд — группа слов, представляющих собой перечисление и приводимых через запятую либо с помощью слов *во-первых, во-вторых* и т.д. Для того чтобы данный прием оказался эффективным риторическим средством, перечислительный ряд должен быть достаточно длинным — 4, 5, 6 членов и более; представление «много» у аудитории начинается обычно после трех.

Аналогия тоже рассматривается как риторический прием: одно явление описывается по аналогии с другим, уже известным. К примеру, война в Афганистане описывается по аналогии с войной во Вьетнаме. Аналогия улучшает доступность рассуждения, но не усиливает его убедительности. Аналогия — не доказательство, «всякая аналогия хромает».

Гипербола — преувеличение (задуманное), например: *Нет таких сил, которые заставили бы его свернуть с избранного им в жизни пути.*

Инверсия — изменение привычного порядка слов: *Никогда больше не будет раздаваться в коридорах этого здания детский крик.*

Все перечисленные риторические фигуры (а число их может быть увеличено, названы лишь наиболее употребительные и эффективные) в принципе способствуют усилению воздействующей силы устного выступления. Любой из этих приемов может быть особенно эффективен, если он один и краткое выступление построено на одном этом риторическом приеме. Однако слишком большое число риторических фигур в устной речи либо их однообразное применение способны дать обратный эффект, вызвать раздражение слушателей, в силу чего применять риторические фигуры в устной речи следует с осторожностью.

Передача графических знаков в устной речи

Если в тексте подготовленного выступления есть слова в кавычках, то при устном воспроизведении такие слова читаются обычно с помощью фраз *так называемый*, *так сказать* либо выделяются особой иронической интонацией. Иногда говорят *в кавычках*.

Например: *И вот эти так называемые (варианты: так сказать, в кавычках) «борцы за народное счастье» сейчас опять претендуют на место в областной думе.*

Выразительность речи

И наконец, устная речь обязательно должна быть выразительной. Выразительность касается в первую очередь интонации речи и связана с эмоциональностью, разнообразием интонационного оформления, отсутствием монотонности, точностью интонационной передачи оратором своей мысли, правильной расстановкой логических ударений и пауз, точностью передачи подтекста. Выразительную речь легко слушать и понимать; в невыразительной, монотонной речи оратора слушатели, наоборот, утрачивают способность выделять отдельные слова и смысловые блоки, не могут воспринимать общий смысл слов (осуществить так называемый «синтез смысла»), а иногда просто засыпают. Выразительность речи — важнейшее требование к устному тексту. Выразительность речи оратору надо тренировать.

Следует голосом, интонацией подчеркивать основную мысль, делать паузы до и после важных мыслей, а маловажные прогова-

ривать быстрее. Д. Карнеги предлагает специальное упражнение для развития этого навыка: произнесите *тридцать тысяч долларов* так, чтобы казалось, что это больше, чем *три миллиона*.

Следует иметь в виду, что для русского языка обычно характерно следующее распределение информативности в предложении: наиболее информативное слово обычно ставится в конце фразы, менее информативное — в начале. Середина фразы наименее информативна. Таким образом, для придания тому или иному слову выразительности его следует поместить в конец фразы.

Задания

1. Какие утверждения правильные?

1. Орализация — это устное произнесение текста.
2. Орализация — это громкое произнесение текста.
3. Орализация — это подготовка письменного текста к устному воспроизведению.
4. Популяризация — это объяснение сложных слов и понятий через простые.
5. Популяризация — это сокращение большого текста.
6. Эффективнее приводить в устном выступлении точные цифры.
7. Эффективнее приводить в устном выступлении округленные цифры.
8. Эффективнее приводить цифры в сопоставлении.
9. Эффективнее заменять существительные на глаголы.
10. Эффективнее заменять глаголы на существительные.
11. Дополнительные конкретные детали в устном выступлении усиливают речевое воздействие.
12. Дополнительные конкретные детали в устном выступлении ослабляют речевое воздействие.
13. Повтор основных мыслей в устном выступлении необходим.
14. Повтор основных мыслей в устном выступлении только раздражает аудиторию.
15. Риторических фигур в речи оратора должно быть много.
16. Риторических фигур в речи оратора должно быть мало.
17. Выразительность речи оратора определяется ее интонационным разнообразием.
18. Выразительность речи оратора зависит от его эмоциональности.
19. Важную информацию лучше помещать в начале фразы.
20. Важную информацию лучше помещать в конце фразы.

2. Замените синонимом: *аббревиатура, афера, вето, интеграция, контракт, конкурент, конфиденциальный, легитимность, лимитировать, суицид, субмарина, тинейджер, электорат*.

3. Дайте простое, доступное определение следующим словам и составьте с ними предложения.

Альтернатива, альянс, анахронизм, апелляция, априори, аутсайдер, баллотироваться, бестселлер, биржа, брифинг, вандализм, визажист, дайджест, джихад (газават), диаспора, ди-джей, диск-жокей, дилер, дистрибьютор, имидж, инаугурация, индексация, Интернет, камуфляж, коммюнике, коррупция, ксенофобия, лоббировать, маргинал, маркетинг, менеджер, менеджмент, мониторинг, олигарх, ортодокс, паблик рилейшнз (пиар), плюрализм, презентация, продюсер, саммит, супермаркет, толерантность, фискальный, хит, холокост, хоспис, шовинизм, экстремальный, эксцесс, эпатаж, шоу, элита.

4. Предложите разные способы словесного выражения приводимых ниже идей.

Образец. *Нам нужна демократия.* — Варианты: *Демократия нам необходима. Без демократии наше общество невозможно. Наше общество нуждается в демократии. Демократия — это то, в чем нуждается наше общество.*

1. Необходимо защищать природу. 2. Нам необходимо провести выборы. 3. Давайте проведем субботник. 4. С курением надо бороться. 5. Государство должно заботиться о неимущих. 6. Человек в жизни должен занимать активную позицию. 7. Обществу необходима доброта.

5. Замените общие названия на конкретные слова, вызывающие образы.

Образец. *Надо меньше есть жирной пищи.* — *Надо меньше есть сала, масла, свинины* и т.д.

1. Здесь можно купить головные уборы. 2. Улицы заполонил транспорт. 3. Здесь можно купить спиртные напитки. 4. На даче негде купить самые необходимые продукты питания. 5. Летом надо больше есть растительной пищи. 6. Люди стали намного больше платить за коммунальные услуги. 7. Здесь можно найти себе недорогую обувь.

6. Конкретизируйте (расширьте) фразу.

Образец. *По двору ходил петух.* — *По вытоптанному и засыпанному шелухой деревенскому двору, огороженному невысоким плетнем, важно расхаживал, по-хозяйски поглядывая на тихо клевавших вокруг него кур, крупный, яркой окраски петух с порванным гребнем и одним глазом.*

1. По улице бежал человек. 2. На столе стояла ваза с цветами. 3. На ступеньке террасы сидела лягушка. 4. По небу летел воздушный шар. 5. Ребенок полез на дерево. 6. Центральный нападающий забил гол. 7. Мы увидели внизу долину. 8. На улице вырыли канаву.

7. Прочитайте слова в кавычках по правилам их произнесения в устной речи. Используйте сочетания *так называемый, так сказать, в кавычках* либо особую ироническую интонацию.

1. Сегодня «герои нашего времени» работают в банках и криминальных структурах. 2. Скоро появились милиционеры с дубинками — основные «борцы за демократию» в наше время. 3. Жулики работали под «крышей» областной администрации.

8. Преобразуйте в единицы разговорного стиля приводимые ниже слова и выражения.

Образец: *здесь целесообразно пояснить — здесь важно (нужно, необходимо) пояснить.*

Вследствие этого; позвольте мне выразить мнение; по заключению экспертов; в этом проекте задействованы; необходимо сделать акцент на; приобретем возможность; продемонстрировал свою эффективность; мы считаем целесообразным; здесь вы сможете приобрести; это поможет радикально снизить стоимость товара; мы приняли решение; он в данном случае оказался выше в интеллектуальном отношении; мы внесли предложение; нужно интенсифицировать работу в этом направлении.

9. Преобразуйте выражения в разговорные; где можно, замените существительные на глаголы.

1. Сказанное свидетельствует о... 2. Согласно заключению специалистов... 3. Считается целесообразным... 4. Вследствие этого... 5. Подумать об обеспечении... 6. Наступило время преподнесения сувениров... 7. Распознавание предметов... 8. Преподнесение нового материала... 9. Развивать стремление к...

Приведите свои примеры слов и выражений, одно из которых соответствовало бы признаку разговорности, а второе — не соответствовало.

10. Упростите фразу синтаксически и лексически, разбив ее на несколько предложений и подготовив таким образом к восприятию на слух.

1. В принципе имеется несколько важных причин, объясняющих, почему молодежь не любит слушать симфоническую музыку, предпочитая ей легкую, а также почему современные молодые люди предпочитают танцевальную музыку серьезной. 2. Следует срочно приложить все необходимые усилия для ликвидации негативных последствий произошедшего, создав специальную комиссию из специалистов, имевших опыт работы в подобных ситуациях.

11. Прочитайте (в сокращении) рассказ М. Булгакова «Они хотят свою образованность показать...».

В зале над тысячью человек на три сажени стоял пар. И пар поднимался от докладчика. Он подъезжал на курьерских к концу международного положения.

— Итак, дорогие товарищи, я резюмирую! Интернациональный капитализм в конце концов и в общем и целом довел свои страны до полной прострации. У акул мирового капитализма одно соображение, как бы изолировать Советскую страну и обрушиться на нее с интервенцией! Они используют все возможности, вплоть до того, что прибегают к диффамации, т. е. сочиняют письма, якобы написанные тов. Зиновьевым! Это, товарищи, с точки зрения пролетариата, — моральное разложение буржуазии и ее паразитов и камер-лакеев из Второго Интернационала!

Оратор выпил полстакана воды и заремел, как труба:

— Удастся ли им это, товарищи? Совершенно наоборот! Это им не удастся! Капиталистическая система, окруженная со всех сторон волнами пока еще аморфного пролетариата, задыхается в собственном соку, и перед капиталистами нет другого выхода, как признать Советский Союз, аккредитовав при нем своих послов!!

И моментально оратор нырнул вниз, словно провалился. Затем выскочила из кресла его голова и предложила:

— Если кто имеет вопросы, прошу задавать!

В зале наступила тишина. Затем в отдалении зашевелилась в самой гуще и вышла голова Чуфыркина.

— Вы имеете, товарищ? — ласково обратился к нему с эстрады совсем осипший оратор.

— Имею, — ответил Чуфыркин и облокотился на спинку переднего стула. Вид у Чуфыркина был отчаянный. — Ты из меня всю кровь выпил.

Зал охнул, и все головы устремились на смельчака Чуфыркина.

— Сижу — и не понимаю, жив я или уже помер, — объяснил Чуфыркин. В зале настала могильная тишина.

— Виноват. Я вас не понимаю, товарищ? — оратор обидчиво скривил рот и побледнел.

— В голове пузыри буль-буль, как под водой сидишь, — объяснил Чуфыркин.

— Я не понимаю, — заволновался оратор. Председатель стал подниматься с кресла. — Вы, товарищ, вопрос имеете? Ну?

— Имею, — подтвердил Чуфыркин, — объясните «резюмирую».

— То есть как это, товарищ? Я не понимаю, что объяснить?

— Что означает, объясни!

— Виноват, ах, да... Вам не совсем понятно, что значит «резюмирую»?

— Совершенно непонятно, — вдруг крикнул чей-то измученный голос из задних рядов. Оратор стал покрываться клюквенной краской.

— Сию минуту, товарищи. М-м-м... Так вы про «резюмирую». Это, видите ли, товарищ, слово иностранное...

— Оно и видно, — ответил чей-то женский голос сбоку.

— Что обозначает? — повторил Чуфыркин.

— Видите ли, резю-зю-ми-ми... забормотал оратор. — Понимаете ли, ну, вот, например, я, скажем, излагаю речь. И вот выводы, так сказать... Одним словом, понимаете?..

— ... Мы не понимаем, что вы говорите... «Интервенцию» объясните, — продолжал Чуфыркин настойчиво.

— И «диффамацию», — добавил чей-то пронзительный голос сверху и сбоку.

— И кто такой камер-лакей? В какой камере?

Председатель взвился, начал звонить. — Не сразу, товарищи, прошу по очереди!

— «Аккредитовать» не понимаю!

— Ну, что значит аккредитовать? — растерялся оратор. — Ну, значит, послать к нам своих послов

— Так и говори!! — раздраженно забасил кто-то на галерее.

— «Интервенцию» даешь! — отозвались задние ряды.

Какая-то лохматая учительская голова поднялась и, покрывая нарастающий гул, заявила:

— И, кроме того, имейте в виду, товарищ оратор, что такого слова «использовывать» в русском языке нет! Можно сказать — использовать!

— Здорово! — отозвался зал. — Вот так припаял! Шкраб, он умеет!

В зале начался бунт. Оратор, как затравленный волк, озираясь на председателя, вдруг куда-то провалился. Багровый председатель оглушительно прозвонил и выкрикнул:

— Тише! Предлагается перерыв на десять минут. Кто за?

Зал ответил бурным хохотом, и целый лес рук поднялся кверху.

Что не учел оратор?

Вспомните общие требования к публичному выступлению. Какие из них соблюдены в речи оратора, какие нарушены?

Какие ошибки допустил оратор в работе над языком своего выступления?

Что такое шкраб?

Отредактируйте выступление докладчика с соблюдением правил подготовки устного выступления.

12. Прodelайте работу по комплексной орализации текстов. Прочитайте тексты и упростите их, подготовив для устного выступления. Измените их в соответствии с требованиями к устному выступлению — сделайте фразы более простыми, замените сложные и книжные слова на разговорные, уберите длинноты, опустите ненужные детали и подробности, добавьте свои комментарии, разъяснения и оценки.

Образец. В Воронеже, в центре творчества детей и юношества «Радуга» прошла областная научно-техническая выставка, собравшая представителей двенадцати сельских и городских районов. Было

представлено около 150 экспонатов. Особенно отличился Михаил Калгин, который занимается на Аннинской станции юных техников, он сконструировал маленькую стиральную машину. Вадим Титовский и Сергей Косычев из Острогожска представили зарядное устройство и генератор сетевых импульсов. Александр Бугаев из Бутурлиновки — сеялку, а Александр Мазуренко (станция юных техников Железнодорожного района) — прибор для восстановления кинескопов.

Исходный текст	Текст для устного выступления
<p>В Воронеже, в центре творчества детей и юношества «Радуга» прошла областная научно-техническая выставка, собравшая представителей двенадцати сельских и городских районов</p>	<p>Я хочу рассказать об интересном событии, которое недавно произошло в нашем городе. В Воронеже есть центр творчества детей и юношества. Называется он «Радуга». Недавно там прошла очень интересная выставка. В ней приняли участие ребята из двенадцати районов области. Были участники и из города, и из села</p>
<p>Было представлено около 150 экспонатов</p>	<p>На выставке можно было увидеть около 150 экспонатов, сделанных ребятами</p>
<p>Особенно отличился Михаил Калгин, который занимается на Аннинской станции юных техников, он сконструировал маленькую стиральную машину</p>	<p>Все экспонаты выставки были очень интересными. Например, Михаил Калгин из Анны сконструировал маленькую стиральную машину</p>
<p>Вадим Титовский и Сергей Косычев из Острогожска представили зарядное устройство и генератор сетевых импульсов. Александр Бугаев из Бутурлиновки — сеялку, а Александр Мазуренко (станция юных техников Железнодорожного района) — прибор для восстановления кинескопов</p>	<p>Ребята из Острогожска привезли на выставку сделанные ими сложные электрические устройства — зарядное устройство и генератор сетевых импульсов. Саша Бугаев из Бутурлиновки показал на выставке сконструированную им сеялку, а Саша Мазуренко из Воронежа — прибор для восстановления кинескопов. Это была очень интересная выставка. Она показала, как у нас много талантливых ребят, которые могут принести большую пользу нашей стране своими изобретениями</p>

I. Наши хирурги смогут резать без крови. На Пермском заводе имени Дзержинского начинается серийный выпуск уникального

электроскальпеля. По свидетельству специалистов, этот своеобразный инструмент не имеет аналогов в России. Особенность электроскальпеля в том, что он позволяет проводить бескровные операции. Система «заваривания» сосудов токами высокой частоты работает в автоматическом режиме с учетом плотности тканей внутренних органов. Клинические испытания электронного помощника показали его полную надежность при проведении самых сложных операций.

(Из газет)

II. Аэрокосмические компании готовятся открыть космос для туризма.

НАСА (Национальное агентство по авиационным и космическим исследованиям США) совместно с компанией «Локхид Мартин» ведет разработку пассажирского космического лайнера многократного использования «Венчур стар», который позволит радикально снизить стоимость вывода на орбиту полезной нагрузки и людей. Тогда можно будет организовать полеты в космос для богатых туристов. Первый полет корабля многократного использования намечен на 2003 год.

Компания «Спейс эдвенчурс» предлагает программу «Шаги в космос». Программа будет стоить 95 тысяч долларов и включать суборбитальный полет в течение не менее 45 минут. Компания «Зигрем спейс вояджиз» разрабатывает систему «Спейс круизер», напоминающую роскошный самолет, рассчитанный на шестерых пассажиров. На его борту они смогут подняться на высоту более 100 км и провести 2,5 минуты в невесомости. Частная компания «Сивилиен остренот» предлагает более дешевый вариант космического полета — всего за 3,5 тысячи долларов. В космос смогут подняться пилот и шесть пассажиров.

Американский эксперт по космическим полетам Патрик Коллинз считает, что становление рынка космического туризма возможно в ближайшее время. Объемы рынка прогнозируются американцами примерно в миллион туристов ежегодно.

(Из газет)

III. Ум есть — силы не надо.

Обнаружен скелет неандертальца, жившего 300 000 лет назад. Его рост значительно выше, чем было принято считать раньше, — 177 сантиметров. Вес тоже приличный — около 100 килограммов. Такой скелет предполагает внушительную мышечную массу. У многих сородичей рост еще больше — как у баскетболистов, достигает 2 метров. Ученые считают, что продолжительность жизни неандертальца составляла не менее 50 лет. По прежней теории, они жили значительно меньше. Их мозг лишь на 7% отличался от нашего. Неандертальцы были не так примитивны, как принято думать. Они хоронили предков, оберегали могилы.