

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ  
ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА

Ораторское искусство – это искусство красноречия, как способ воздействия на людей и как способ их взаимодействия в процессе познания явлений действительности. Нравственный долг каждого оратора – соблюдать этику речи. Каждый оратор должен иметь свойства личности, которые обеспечивают эффективность речи: увлеченность, заинтересованность, искренность, дружелюбие, объективность. При каждом публичном выступлении следует учитывать фактор адресата, то есть соотношение "говорящий-слушающий" и специфику его проявления в публичном выступлении. Большую роль в публичном выступлении играет индивидуальный речевой стиль оратора. Он должен чувствовать аудиторию, держать зрительный и голосовой контакт.

В структуре публичного выступления большую роль играет аргументация. Прежде всего нужно понять значение аргументации. Аргумент (лат. Argumentum) — суждение, приводимое в подтверждение истинности к.-л. другого суждения. (Большая Советская Энциклопедия, Том 2).

Перед оратором стоят определенные задачи, которые он решает в процессе подготовки аргументирующей речи: определение проблемы речи, формулировка тезиса, который требует доказательства, выбор стратегии доказательства.

Риторика в широком смысле слова является неким типом филологического мировоззрения, которое составляет часть духовной культуры. Риторика позволяет человеку быть гражданином правового общества и определять форму мыслей и направления действий в будущем, так как она является культурной основой знания и социальной деятельности. Она соединяет человечество с историей культуры, а наличие синонимов в языке отражает аналитическую глубину и точность человеческого мышления. С помощью языка мы передаем тончайшие нюансы наблюдаемых фактов, подбирая каждый раз новые слова для адекватного выражения соответствующих представлений. Так появляются синонимы, которые обогащают речь и делают ее прозрачной и выразительной.

Как известно, посредством речи каждый оратор создает свой образ. Как правило, если оратор абсолютно искренен, то его речь *приводит* к дезорганизации публики. Как любой авторский образ, образ оратора зависит от нескольких факторов: 1) аудитории, 2) предмета речи и 3) типа

речи. Нужно отметить, что акт речетворчества характеризуют три категории: *риторический логос*, *риторический пафос* и *риторический этос*.

*Риторический логос* — это аргументация в речи, связанная с пониманием действительности и с прогнозом, с будущей реальностью. Посредством речи риторический логос предполагает изменение мировоззрения, т.е. формирует состояние аудитории, что является реализацией соединения реальности с образом.

Эмоциями оратора определяется *риторический пафос*. Являясь волевой категорией, основной целью он имеет стремление к тому, чтобы аудитория приняла нужное решение.

Категорию доверия представляет *риторический этос*. Эту категорию определяют статус, имидж, доброжелательность и чувство справедливости говорящего.

Проблема культуры речевого поведения лежит в сфере, охватывающей ответы на следующие четыре вопроса:

1. *Для чего* говорит человек?
2. *Что* он хочет сказать?
3. *Какими средствами* он это делает?
4. *Какова реакция* на его высказанную речь?

*Цель* — это та мотивация, которая лежит в основе любого речевого поступка.

*Замысел* — это информация, которую мы хотим передать слушающему, потому что эта информация работает на реализацию нашей цели. Каждый замысел в свою очередь состоит из тезиса (самой идеи, которую мы собираемся донести) и аргументов в защиту этого тезиса.

*Текст* — это конкретная речь, устная или письменная, которая поступает на слуховой анализатор или на зрительный аппарат.

*Реакция* — это поведение слушающего в речевой коммуникации.

Очевидно, что цель речи отвечает на первый вопрос, замысел будущей речи — на второй вопрос, конкретный текст речи (устный или письменный) — на третий вопрос и реакция слушателей или читателей на поставленную говорящим цель отвечает на четвертый вопрос.

Цель говорящего всегда должна быть достигнута. Для этого речь должна быть правильно аргументирована.

Действительность — это континуум, который каждый язык членит по-своему. К проблеме такого членения можно подойти со следующей точки зрения. Действительность представляется в виде ряда ситуаций как физических, т.е. отдельных расположений объектов физического мира или воздействий на эти объекты со стороны человека, так и социальных, т.е. взаимодействий людей между собой. Понятие ситуации как конкретной или абстрактной действительности является одним из основных исходных понятий риторики.

Необходимо также помнить, что в пределах одной культуры для разных наборов ситуаций могут употребляться разные языковые средства и иногда даже разные языки. В связи с этим для риторики большое значение приобретает понятие подязыка. Подязыком называется минимальный набор лексических и грамматических категорий, входящих в систему данного языка и необходимых для описания данной предметной области, т.е. определенной сферы действительности.

Деление на подязыки обобщает то, что в стилистике называют в одних случаях делением на функциональные стили, а в других — делением на терминологические области.

Источником речи всегда является один человек, а точнее, одна человеческая личность. Говорит не человек — говорит его личность. Это, в частности, означает, что по конкретной речи может быть дешифрована личность говорящего. Поэтому в любой стране с высоким уровнем развития юриспруденции существует право отказаться от дачи показаний, т.е. право не входить в речевую коммуникацию.

Целевых установок речи множество, так как они связаны с потребностями человека в коммуникативном воздействии на других людей: желании убедить в чем-либо, заставить совершить определенный поступок, вызвать ту или иную эмоцию и т.д. Существуют также целевые установки речи, не являющиеся в прямом смысле слова коммуникативными.

Каждая из целевых установок имеет свои лингвистические и экстралингвистические средства выражения, начиная со структуры построения текста и выбора лексики и кончая интонационным контуром, мимикой и жестами.

Возвращаясь к вопросу о человеческой коммуникации, нужно отметить, что ее средством является речь, которая направлена от человека к человеку или множеству людей. Процесс коммуникации состоит в следующем.

С одной стороны — говорящий (отправитель) и, с другой — слушающий (адресат). Отправитель и адресат вступают в контакт с целью передачи сообщения, которое представлено в виде некоторой последовательности сигналов: букв, звуков и т.д. Очевидно, для того чтобы информация была принята со стороны получателя, должна существовать определенная система соответствий между сообщениями и действительностью, которая известна как отправителю, так и адресату. Так например, если политический деятель хочет передать какую-либо информацию аудитории, то он, прежде всего, должен аргументировать свою речь, чтобы оказать наибольшее влияние на слушающего (адресата). Приведем высказывания из речи английского политического деятеля Тони Блера, адресованные Конгрессу.

## Tony Blair: Address to Congress Accepting Congressional Gold Medal

Thank you. Mr. Speaker and Mr. Vice-President, honorable members of Congress, I'm deeply touched by that **warm** and **generous** welcome. That's more than I deserve and more than I'm used to, quite frankly.

...We were all reared on battles **between** great warriors, **between** great nations, **between** powerful forces and ideologies that dominated entire continents....

...And I know it's hard on America, and in some small corner of this vast country, out in Nevada or Idaho or these places I've **never been to, but always wanted to go** ...

В своей речи оратор употребляет такие приемы, как синонимия, противопоставление, повтор и т.д., и таким образом старается произвести наибольшее впечатление на аудиторию.

Рассмотрим некоторые высказывания: 1. Слова **warm** и **generous**, употребляются как синонимическая пара, которая укрепляет сказанную мысль и делает ее более выразительной. 2. Для приема повтора оратор употребляет слова **between** и подчеркивает каждое слово, делая его более воздействующим. 3. Предложение **I've never been to, but always wanted to go** является противопоставлением, которое дает прогноз на будущие действия и таким образом укрепляет положение оратора.

Таких примеров очень много, но нужно обязательно отметить, что очень важен смысловой аспект речи. Если у человека нет собственных идей и убедительной аргументации, ему лучше промолчать.

Речь должна быть построена так, чтобы в ней чувствовался высокий уровень осведомленности. Очень сложно быть во всех отношениях достохвальным оратором, не рассмотрев всех важнейших предметов и наук. Речь каждого оратора должна обогащаться на основе полного знания предмета.

Средства, которыми мы хотим донести до слушателя или читателя ту или иную информацию, делятся на две группы: лингвистические (т.е. средства естественного языка) и паралингвистические (мимика, жесты и т.д.). Основную нагрузку несут лингвистические средства, однако бывают случаи, когда один жест может перечеркнуть смысл целого текста.

Так как основная нагрузка падает на средства естественного языка: фонетические, морфологические, лексические, синтаксические, то для выражения мысли язык использует все уровни своей структуры. Поэтому, для того чтобы правильно построить свою речь, нужно знать:

- а) как произнести слово (фонетико-стилистический уровень);
- б) в какую грамматическую форму его поставить (грамматико-стилистический уровень);
- в) какое слово или словосочетание выбрать (лексико-стилистический уровень);
- г) как расположить слова в предложении (синтаксико-стилистический уровень);

д) как сконструировать связный текст из определенного набора предложений (стилистический уровень сверхфразового единства);

е) как средствами голоса передать нужную интонацию (стилистический уровень интонационного контура).

Речь, направленная на публику, должна быть ориентирована на зону пересечения, которую необходимо предварительно логически вычислить, т.е. догадаться, что собралось людей в одно время в одном месте. Это может быть принудительное попадание (например, обязательное посещение занятий в учебном заведении); может быть интерес, вызванный личностью оратора, интерес к предмету речи и многое другое.

Аудитория бывает более сложной и менее сложной. Скажем, студенческая аудитория — очень легкая, потому что она состоит из людей с общим уровнем мотивации, объединенных единым языком, единым фактором национальной культуры, возрастом, приоритетом выбранного пути и т.д.

Примером сложной аудитории является публика, пришедшая на встречу с кандидатом в депутаты. Любой политический деятель — это профессиональный оратор. Человек, который хочет быть избранным, скажем, в депутаты, стремится к тому, чтобы как можно больше людей за него проголосовало. Эта цель, как правило, имеет более глубокую основу: стремление к власти, жажда славы и др.

Оратор должен стать частью зоны психологического пересечения аудитории и начать вести приватный человеческий разговор с людьми о том, от чего на душе плохо, потому что это и есть та причина, которая собрала всех в одном зале. Разговаривать с людьми можно только на уровне того, что их волнует. Эмоциональная солидарность, в конечном итоге, примиряет оратора с аудиторией, они становятся друзьями, и несмотря на то, что конкретных обещаний никто не давал, люди получили главное — они немного успокоились, потому что "на миру и смерть красна" (это точное психологическое наблюдение). Понимание того, что и другим тоже плохо, выведет человека, может быть, из состояния стресса, он пойдет и проголосует. Цель оратора будет достигнута.

Человеческий интеллект, как нам известно, делится, на сознательное и бессознательное; мотивы человеческого поведения могут лежать в зоне как сознательного, так и бессознательного. В конкретном человеческом поступке, в частности в речевом, проявляется и то, и другое: сознательные мотивы и бессознательные.

Когда человек говорит, особенно когда вы его видите, он передает:

1) собственно информацию, которая является обычно зоной сознательного;

2) свое отношение к этой информации;

3) свое отношение к тем людям, к которым он обращается с речью.

Свое отношение к информации и людям человек, как правило, хочет скрыть, потому что отношение к людям у него не всегда достаточно доброжелательное, а если он обманывает, то и отношение к информации у него — как к недостоверной.

На уровне естественного языка в письменной речи разоблачение его отношения к информации и к речевым коммуникантам может быть затруднено, а на уровне устной речи практически не может быть скрыто, потому что знаки *Body Language* демонстрируют бессознательное желание скрыть эмоциональную информацию.

Отношение говорящего к речевому коммуниканту может меняться в соответствии с изменением реакции слушающего в ходе беседы. Если оратор видит скучающие лица, это вызывает в нем ответную негативную реакцию. С учетом этой реакции он меняет тональность своей речи или частично ее содержание, чтобы привлечь внимание аудитории, и видит, что слушатели начинают реагировать более осмысленно, появляется заинтересованность в глазах и т.д. Как ответная реакция на это впечатление у оратора улучшается настроение, и он доводит речь до еще большей выразительности. Поэтому, когда говорят об отношении к речевому коммуниканту, имеют в виду и отношение, сформированное до начала речи, т.е. отношение предварительное, а также отношение, выработанное в процессе речи, которое обладает свойством изменчивости.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Иванова С.Ф.* "Специфика публичной речи", М., 1978.
2. *Толмечев А.В.* Автор-составитель, "Об ораторском искусстве", М., 1973.
3. *Цицерон Марк Тулий.* "Три трактата об ораторском искусстве", М., 1972. Б.
4. "Советская энциклопедия", М., 1976.
5. *Tony Blair: Address to Congress Accepting Congressional Gold Medal.*