

С. В. Конявская

ПРИКЛАДНАЯ РИТОРИКА

для специалистов в области защиты
информации

2-е издание, существенно дополненное и улучшенное

Москва

2021

УДК 808.51

ББК 80.7

Рецензенты

Доктор филологических наук, профессор **Александр Александрович Волков**

Заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор юридических наук, доктор технических наук, профессор **Анатолий Александрович Стрельцов**

Конявская С. В.

**Прикладная риторика для специалистов по защите информации.
2-е издание. М.: ООО «Вишневый пирог», 2021. – 264 с.**

ISBN 978-5-6045955-4-1

Книга является вторым изданием учебного пособия по курсу прикладной риторики для специалистов по защите информации на кафедре защиты информации ФРКТ МФТИ. Со времени введения этого курса (2007 год) и первого издания учебного пособия (2008 год) автором накоплен значительный опыт в отношении того, что представляет наибольшие сложности для студентов этой специальности. В соответствии с этим опытом расширены некоторые части пособия, даны более подробные образцы выполнения заданий, а также сделан уклон в анализ текста, а не только его построение.

Обучение по данному пособию настоятельно рекомендуется сопровождать практикой публичных выступлений.

Книга ориентирована на специалистов различного возраста и уровня подготовки.

ISBN 978-5-6045955-4-1

ОГЛАВЛЕНИЕ

I. ЧТО ТАКОЕ ПРИКЛАДНАЯ РИТОРИКА И ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА.....	5
II. ЭТОС: КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ	13
III. ПАФОС: ПРИСОЕДИНЕНИЕ АУДИТОРИИ.....	35
IV. ЛОГОС: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ ЦИКЛ АРГУМЕНТАЦИИ.....	42
V. «ОБЩИЕ МЕСТА».....	47
VI. ЛОГИКА.....	66
VII. РАБОТА НАД РЕЧЬЮ	79
I. Изобретение.....	81
II. Расположение	87
Обоснование.....	91
Опровержение несовместимого.....	93
Вступление.....	100
Разделение	103
Изложение	106
Обобщение.....	109
Побуждение.....	111
III. Выражение	113
Слог	118
Концепт.....	128
Идеологема	130
Метафора.....	132
Функциональные стили.....	137
VI. Память	145
V. Действие	149
Презентации.....	155
ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ	194
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ЗАДАНИЯ И УПРАЖНЕНИЯ	195
ЭТОС. Задание 1. Работа с разными аудиториями	195
ПАФОС. Задание 2. Анализ проявлений пафоса.....	195
ЛОГОС. Задание 3. Композиция.....	206
ОБЩИЕ МЕСТА. Задание 4. Подбор топосов	209
ЛОГИКА. Задание 5. Объемы понятий	210
ЛОГИКА. Задание 6. Истинные и ложные суждения	211
ИЗОБРЕТЕНИЕ. Задание 7. Составление схем изобретения	213

ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 8. Регистры языка.....	214
ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 9. Функциональные стили (ФС) литературного языка.....	215
ДЕЙСТВИЕ. Упражнения на дикцию, дыхание и голос.....	217
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОТВЕТЫ И ОБРАЗЦЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ.....	221
ЭТОС. Задание 1. Образец выполнения.....	221
ПАФОС. Анализ текста на предмет пафоса. Образец выполнения.....	230
ЛОГОС. Типы содержания речи.....	238
ОБЩИЕ МЕСТА. Задание 4. Образец выполнения.....	243
ЛОГИКА. Задание 5. Ответы.....	244
ИЗОБРЕТЕНИЕ. Задание 7а. Образец выполнения.....	247
ИЗОБРЕТЕНИЕ. Задание 7б. Образец выполнения.....	248
РАСПОЛОЖЕНИЕ. Пример вступления с ораторской предосторожностью.....	249
ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 8. Ответы.....	257
ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 9. Ответы.....	257
ВЫРАЖЕНИЕ. Наиболее распространенные тропы и фигуры речи.....	259
ПАМЯТЬ. Пример оформления плана речи.....	262

I. ЧТО ТАКОЕ ПРИКЛАДНАЯ РИТОРИКА И ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА

Прикладная риторика – это такая дисциплина, в которой все, включая предмет изучения, формулируется исходя исключительно из здравого смысла. Эта особенность не уникальным образом характеризует именно данную сферу деятельности и знаний, но чем в большем в своей жизни мы ориентируемся на здравый смысл, тем лучше.

А раз так – попробуем начать с самого начала – что такое вообще здравый смысл?

Определения этому феномену с разных точек зрения можно давать, наверняка, разные, но сразу приходит в голову, что здравый смысл – это то, что «само собой разумеется». Например, то, что оценивать, правда ли, что король Испании лыс, имеет смысл только в том случае, если в Испании вообще есть хоть какой-то король, а с тем, что «любовь зла – полюбишь и козла», можно соглашаться или не соглашаться сколько угодно, но если мы вообще можем *поставить вопрос таким образом*, то козел по нашим представлениям достоин любви в последнюю очередь.

В лингвистике для этого существует понятие «пресуппозиция» – содержание фразы, выраженное имплицитно, то есть скрыто, в фоне (в отличие от того, что выражено эксплицитно – явно, самой фразой, словами, из которых она составлена).

Но здравый смысл – это не имплицитный смысл. Можно сказать, что здравый смысл – это *отсутствие противоречия* между имплицитным и эксплицитным.

Что же нам это дает для определения предмета прикладной риторики?

В первую очередь – это дает нам «добро» на то, чтобы не искать «двойное дно», а посмотреть на *прямой смысл* названия дисциплины и его обдумать.

Исходя из здравого смысла легко понять, что прикладная риторика – это дисциплина, учащая создавать речи.

«Прикладная» – значит учит какому-то умению – что-то делать, а не теории, и «риторика», значит это умение делать ни что иное, как *создавать речи*.

Возникает закономерный вопрос, насколько этому надо вообще учиться, ведь, казалось бы, открываешь рот, начинаешь говорить – и речь так или иначе точно получится. Именно из этого исходят многие зарубежные риторики, основным правилом успешной коммуникации называющие лозунг «никогда не молчите!»¹. Действительно, трудно поспорить с тем, что человек, боящийся говорить вслух, вряд ли может считаться хорошим оратором. Более того, такому человеку, несомненно, труднее социализироваться, показать свои знания и умения и тому подобное.

Однако достаточно ли просто *не бояться говорить*, для того чтобы говорить *хорошо*? Что такое вообще *хорошо* по отношению к речи?

Продолжаем апеллировать к здравому смыслу.

1. Хорошая речь – это когда всем понравилось.

Трудно не согласиться. Но представим себе ситуацию: Вы обнаружили возгорание в здании. Вы вбегаете в аудиторию, полную людей, которые отмечают, скажем, чей-то день рождения, и кричите о том, что пожар и надо что-то предпринять. Почти наверняка, особенно, если Вы – хорошенькая девушка, Ваше выступление понравится и будет воспринято с энтузиазмом: все посмеются и похвалят Вас за изобретательность, заметив, что и так собирались Вас пригласить, просто не встретили.

Удалась ли речь? Зависит от того, чего Вы хотели, конечно. Если хотели Вы все же каких-то действий в отношении пожара, то Вас явно поняли неверно, ничего не получилось.

¹ «Никогда не молчи!» – вот девиз каждого успешного менеджера, но он предполагает наличие у вас в голове определенных шаблонов, специально разработанных для ситуаций, подобных вышеописанной...» (Бредемайер К. Черная риторика. М., 2006. С. 42). Не имея намерения критиковать произведение коллеги как не только не особенно полезное для российской действительности, но и вредное, заметим, что, возможно, менеджеры так часто раздражают именно потому, что стараются следовать этой рекомендации. Есть целый ряд случаев, когда имеет смысл все-таки молчать.

Попробуем внести коррективы в формулировку хорошей речи.

2. Хорошая речь – это когда ее правильно поняли, и есть результат.

Безусловно. Но представим себе другую ситуацию. Тот же пожар, но с сообщением о нем Вы забегаете в небольшой кабинет, в котором дорабатывают последние месяцы до пенсии три пожилые барышни, печатающие на машинке без электрического привода картонные карточки для картотеки. Вы кричите о том, что все в опасности, потому что пожар. С барышнями случается истерика, они намертво блокируют телефон, обзванивая вместо пожарных родственников и знакомых с целью попрощаться, а также и выход в коридор, вытаскивая из разных углов комнаты все то, что нажито и дорого как память. Они *поняли* Вас совершенно правильно. И *результат есть*.

Удалась ли речь? Опять же, смотря чего Вы хотели.

Оказывается, не всякая действенная речь эффективна. Речь может получиться действенной, вызвать очень сильный отклик и даже какие-то действия аудитории, но они могут оказаться совсем не теми, на которые Вы рассчитывали. *Эффективной* же можно считать речь только в том случае, если ее результат *соответствует задуманному*.

Итак, здравый смысл подсказывает, что «хорошо» по отношению к речи – это если с помощью речи удалось *достичь поставленной цели*.

Иными словами, это *целесообразная речь*.

Из того, что хорошая речь = целесообразная речь, следует как минимум то, что *цель непременно должна быть*. Как предмет риторики может рассматриваться только та речь, которая произносится с какой-либо целью.

Глядя правде в глаза, конечно, следует признать, что далеко не всегда мы говорим речи совершенно добровольно, движимые только лишь внутренней осознанной необходимостью. Зачастую в ситуацию речи мы попадаем в той или иной мере вынужденно. Даже тот, кто выступать публично в принципе *любит*, не всегда искренне *хочет* делать это именно в тот момент, когда это почему-либо необходимо. Иногда надо отвечать на экзамене, иногда выступать на конференции или совещании, случается, что приходится говорить некролог или

кого-то поздравлять. Иногда промолчать и не выступить с речью – это поступиться собственным мнением или даже собственным достоинством. Или не спасти чужое. Как правило, есть целый комплекс причин, *почему* в той или иной ситуации необходимо говорить. Но *почему?* и *зачем?* – разные вопросы, и ответы на них тоже разные. Причина и цель – не одно и то же. Всегда нужно помнить, что говорить нужно еще и *зачем-то*. В противном случае речь просто не может получиться эффективной – нельзя достичь цели, если ее нет.

Хорошо понятно, что действенным, а тем более эффективным, может быть только *адресованное кому-то высказывание*. То есть публичное.

Добиться чего бы то ни было можно только в том случае, если есть от кого этого добиваться. Если с помощью речи пытаешься добиться чего-то от себя самого, то это уже к другому специалисту.

Публичное высказывание – это не просто высказывание, сделанное там, где кто-то есть. Оно должно быть обращено к аудитории, иначе на него никто не обратит внимания.

Вернемся к примеру с пожаром. Аудитория была, высказывание было к ней обращено. Почему же в зале, где проходил банкет, и в кабинете с пожилыми женщинами результат высказывания об одном и том же – совершенно разный?

Очевидно, что именно из-за разницы в том, кто составлял аудиторию. Люди, которые веселятся, восприняли речь как шутку, люди с расшатанной нервной системой и не очень сориентированные на конструктивные решения – впали в панику и устроили неразбериху. Надо заметить, что исходя из здравого смысла это было не сложно предсказать. Поэтому, если, не дай Бог, нам будет необходимо оповестить о пожаре и принять меры к его устранению, мы, в первую очередь, обратимся с речью к небольшому, желательно дружному или, по крайней мере, сработавшемуся коллективу мужчин среднего возраста, не склонных к истерике (именно они смогут предпринять в этой ситуации разумные действия), и только потом, заручившись поддержкой этого коллектива, приступим к оповещению и спасению остальных.

Итак, высказывание должно быть не просто обращено к аудитории, а обращено к *конкретной* аудитории и рассчитано именно на нее. Если есть необходимость выступить с речью об одном и том же перед разными аудиториями, то это ни в коем случае не должна быть одна и та же речь. Для каждой аудитории речь должна иметь черты, ориентированные именно на нее.

Более того, нужно иметь в виду, что и для одной и той же аудитории в разных обстоятельствах речь об одном и том же, с одной и той же конечной целью будет зачастую звучать по-разному, в зависимости от разного рода обстоятельств. В учительской практике есть такое понятие «урок после физкультуры» – это значит, что аудитория не в себе и нужно быть к этому готовым. Причин для такого «после физкультуры» в жизни взрослых аудиторий даже больше, чем в жизни учащихся. Это может быть предыдущий скандальный доклад. Может быть слишком раннее время заседания, опоздание самолета или падение биржевых котировок. Все это нужно учитывать, начиная разговаривать с аудиторией.

По сути дела, это и все, что необходимо, чтобы на основании здравого смысла сформулировать предмет дисциплины «Прикладная риторика».

Прикладная риторика – это правила построения эффективной речи.

Эффективная речь – это целесообразное публичное высказывание, сделанное для конкретной аудитории в конкретных обстоятельствах.

Фактически, эту формулировку можно считать кратким содержанием всего курса, а все дальнейшее будет направлено на понимание специфики применения возможностей прикладной риторики в предметной области защиты информации и на то, чтобы научиться, как справиться с аудиторией, добиться от нее желаемой реакции, каких-то действий, в которых мы заинтересованы, будь то бурные аплодисменты, усвоение материала, государственный

переворот, инвестиции в ваш проект или согласие выйти замуж или развестись.

Для того чтобы понять, как это сделать, надо оценить, что же в этом может помешать.

Мы можем не добиться желаемой реакции аудитории потому, что

- нам не поверят (не поверят в нашу честность или в то, что мы знаем, о чем говорим, то есть компетентны в вопросе, не поверят в актуальность самой постановки вопроса);

- поверят, но не согласятся с нашими доводами;

- признают обоснованность наших утверждений, но наше решение сочтут не подходящим и не присоединятся к нему, а решат поступить как-то иначе.

Таким образом, исключительно из здравого смысла вытекают задачи, которые необходимо решить в процессе речи для достижения цели – нам необходимо добиться от аудитории:

1. доверия,
2. согласия,
3. присоединения.

Добиваться этого необходимо именно в таком порядке, ведь именно в таком порядке мы оцениваем любую информацию:

- сначала – можно ли этому верить (этому человеку, этим фактам),
- затем – верно ли он рассуждает, нет ли здесь каких-то ошибок,
- и, наконец, правильно ли то, что нам предлагают.

Значит, для того чтобы заставить аудиторию принять наше предложение, мы должны сначала заставить ее поверить, а потом – согласиться, и только тогда у нас есть шансы на присоединение. Если мы не доверяем, то не будем дальше вникать в логику изложения, а если мы не согласны с доводами, то и оценивать правильность предложения не будем.

Стало быть, именно в таком порядке мы должны располагать части своего высказывания, направленные на решение этих задач.

Об этом нужно помнить и при разработке композиции, и при подборе и расположении аргументов и примеров, и даже при выборе интонаций и жестов.

На всех этапах работы над речью главное, о чем мы должны помнить, – это о доверии, согласии и присоединении аудитории.

Очень важно четко понимать, что членение речи на пласты, ориентированные на решение этих задач, не тождественно композиционному членению речи. Эти пласты расположены в «другой плоскости». Представим себе, что все свои усилия по достижению доверия мы сконцентрировали исключительно во вступлении, а в основной части добиваемся только согласия, совершенно не думая больше о доверии аудитории. Отбирая доводы исходя исключительно из соображений доказательности, мы можем вызвать у аудитории неприязнь, приведя болезненный для нее пример или прибегнув к не деликатной для нее формулировке. Доверие в таком случае может быть разрушено, и согласие не сможет быть достигнуто. Еще более «тонкое место» – это достижение присоединения. То, что одной аудитории покажется чрезмерным давлением – и разрушит доверие, для другой будет «в самый раз», а то, что для кого-то – абстрактные разговоры, влекущие за собой обвинения ратора в пустословии и трате времени, для других – ситуация, требующая немедленного действенного вмешательства.

Таким образом, приемы, направленные на достижение доверия, согласия и присоединения, нужно применять на протяжении всего выступления перед аудиторией. Уровни речи, ориентированные на решение этих задач, в риторике принято называть *этос*, *логос* и *пафос*.

Этос – это обеспечение уместности высказывания.

Чтобы высказывание было уместным, необходимо учитывать,

- кто
- кому
- когда
- при каких обстоятельствах
- с какой целью

- каким образом
 - что
- может сказать.

Логос – это использование интеллектуальных ресурсов аргументации.

Чтобы высказывание было убедительным, необходимо с помощью словесно оформленных ходов мысли привести аудиторию к согласию.

Пафос – это эмоциональная техника аргументации.

Всякая речь вызывает хоть какую-нибудь эмоцию и, стало быть, эмоциональную оценку. Ритору нужно, создавая свой собственный эмоциональный образ своим отношением к предмету речи, сформировать соответствующую эмоцию и у аудитории, чтобы добиться присоединения – сначала к эмоции, а затем и к тому, что он предлагает.

Если соотносить эти пласты речи с ее композиционным членением, то область действия этоса *преимущественно* вступление, логоса – основная часть, пафоса – заключение. Но ключевое слово здесь именно «преимущественно», и об этом ни в коем случае нельзя забывать.

II. ЭТОС: КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ

Итак, аудитория оценивает ратора с точки зрения того, насколько он заслуживает доверия, согласия и присоединения. Значит, мы должны показаться аудитории достойными всего этого.

Для того чтобы понять, как это сделать, необходимо определить в первую очередь, *кто* должен показать себя достойным. Кого или что оценивает аудитория? Имеет ли значение для аудитории наша безупречная кредитная история, красный диплом и высокие моральные качества? Могут иметь, если аудитория об этом знает. А если не знает, то специально выяснять вряд ли будет. И, наверняка, для нее не будет иметь значения, что мы помогаем выпавшим из гнезда птенцам и никогда в жизни никого не обманули. Аудитория оценивает *не нашу биографию*, а тот образ, который мы ей представляем.

Следовательно, для аудитории ритор должен *создать целесообразный образ*.

Здесь одинаково важны все три слова:

- создать – то есть не представить нечто готовое, а целенаправленно сделать его, а потом уже использовать;

- целесообразный – то есть такой, который не просто будет приятен аудитории, а будет способствовать решению тех задач, которые стоят перед ритором;

- образ – то есть *совокупность внешних проявлений*, ведь аудитория судит о том, что видит и слышит, а о том, чего не видит, и не слышит – не судит.

Образ ратора формируется систематической публичной речью. Чем чаще мы выступаем перед одной и той же аудиторией, тем более целостным становится для нее наш образ.

Отсюда, обратившись к здравому смыслу, получаем главное требование к целесообразному образу ратора: *непротиворечивость*.

В ходе публичных речей мы создаем себе своего рода репутацию – однажды присоединившись к нашей позиции и приняв предложение,

аудитория уже знает, к чему это привело, имеет результат – и его впредь учитывает. Если результат был негативный, то сделать так, чтобы нам поверили, с нами согласились и к нам присоединились снова, – намного сложнее.

Значит, имея дело с *постоянной* аудиторией, нам нужно *постоянно* работать на то, чтобы опыт общения с нами у аудитории был положительным. Для этого необходимо все время держать в голове созданный образ, не выходить непродуманно за его рамки, чтобы его случайно не разрушить, потому что это убьет доверие.

Ключевое слово здесь «непродуманно». Представьте себе, что человек, который позиционирует основой общественного процветания соблюдение духа и буквы закона, вдруг в один прекрасный день вскользь бросает в своей речи известный афоризм о том, что строгость наших законов компенсируется лишь необязательностью их выполнения. Хорошо понятно, что в случае, если это высказывание не будет им прокомментировано и включено тем самым в парадигму выраженной ранее позиции, то доверие к нему аудитории может серьезно пошатнуться.

Если какая-то позиция в одной или нескольких речах подавалась как принципиальная, важная для ратора лично и для его концепции, то компрометация этой позиции в дальнейших выступлениях будет воспринята значительно более комплексно, чем просто локальное противоречие или нарушение логики. Аудитория сделает вывод о неискренности оратора, его поверхностном отношении к проблемам, о которых он говорит, и, стало быть, о неуважении к аудитории и стремлении ею манипулировать, убеждая в том, что для него самого отнюдь не является предметом убежденности.

Стоит ли говорить о том, что образ ратора, его репутация окажутся в таком случае под угрозой?

Казалось бы, рекомендация напрашивается сама собой: для того чтобы не запутаться, *говорите правду*.

Это не совсем так. Как правило, образ ратора оказывается под угрозой отнюдь не из-за того, что ритор *соврал*. Обычно противоречие мы допускаем в том, что нам кажется не очень важным, или в том, что говорится «для красного словца», как в случае с афоризмом. То, что кажется не очень важным в рамках одной определенной речи, может

вызвать противоречие с чем-то важным в другой. Что же делать, чтобы так не получилось?

Во-первых, нужно говорить лапидарно и акцентированно только о том, в чем уверен, – это и значит говорить продуманно.

Утверждая что-то категорично, иметь в виду ограничения для этого утверждения. Представим себе ситуацию: мы говорим о каком-то средстве защиты информации (СЗИ) X – что оно обеспечивает гарантированную защищенность в аспекте Y, скажем, загрузки ОС. Утверждение корректно, поскольку оговорен конкретный аспект, область применения средства. И говоря, что, используя данное средство, можно быть абсолютно спокойным за корректное функционирование ОС, мы, конечно, исходим уже из этой оговоренности, что, в общем-то, совершенно логично. В следующий раз, говоря, например, о важности систематических обновлений, мы с той же убежденностью скажем, что никакого СЗИ недостаточно для того, чтобы быть уверенным в корректности функционирования ОС, так как в самой ОС могут быть ошибки. Если при этом мы никак не свяжем эти два высказывания между собой, то аудитория может увидеть здесь противоречие и взять его на заметку. Конечно, это противоречие не такого уровня, чтобы подорвать полностью предлагаемую концепцию, но мысль о том, что ритор склонен к преувеличениям и не очень ответственно относится к собственным словам, возникнуть в аудитории может.

Отсюда напрямую вытекает «во-вторых»: нужно помнить о том, что и как мы говорили, чтобы в каждом новом высказывании, которое делается в той же аудитории, учитывать предыдущие. На них имеет смысл ссылаться, обращаться к тем фактам или утверждениям, что однажды уже прозвучали, – это полезно как с точки зрения лучшего усвоения, так и с точки зрения образа ратора – последовательного и ответственного. Это создаст у аудитории впечатление, что мы говорим исходя не из сиюминутных впечатлений или конъюнктурных соображений текущего момента, а ориентируясь на свою продуманную и целостную позицию.

Случается, что созданный образ ратора по тем или иным причинам нуждается в корректировке. Могут измениться какие-либо параметры аудитории, могут измениться внешние обстоятельства или

наши цели. Если подойти к этому продуманно и осторожно, то ничего невозможного в том, чтобы скорректировать образ риторика, нет. Но для этого необходимо иметь отрефлексированное и по возможности верное представление о том, какой образ уже создан и в чем именно он не удовлетворяет изменившейся ситуации. Только в этом случае изменения в нем могут быть не хаотичными, а целесообразными.

В зависимости от задач, связанных с данной аудиторией, образ риторика может быть, по сути, любым. В том числе и построенным на контрастах и противоречиях, как, например, образ риторика, созданный В. В. Жириновским. Однако руководствоваться при создании того или иного образа нужно, разумеется, не только собственным вкусом. Необходимо учитывать, что принятый образ в дальнейшем будет влиять на построение речей, и нужно взвесить, насколько он будет соответствовать нашим целям и насколько выполнимым вообще окажется выдержать этот образ последовательно и без провалов, если он будет настолько экстравагантным, как упомянутый образ Жириновского.

Итак, мы снова возвращаемся к тому, что все, что мы предпринимаем в плане публичной речи, мы должны предпринимать в соответствии со стоящими перед нами задачами, *целенаправленно*, за чем-то. Об этом очень важно помнить, причем не только риторика, но и аудитории.

Публичное выступление – это сотрудничество риторика и аудитории, предполагающее готовность разделить ответственность за речь.

Это значит, что и риторик, и аудитория должны думать о последствиях того, что произносится. Гораздо важнее, чем вопрос о том, оправдывает ли цель *средства*, вопрос о том, оправдывает ли цель *последствия*.

Речь – это очень сильный инструмент. Примеры безответственного и бесцельного использования этого инструмента мы все можем вспомнить: ставшее уже традиционным и привычным смакование подробностей трагедий журналистами. Те, кто постарше могут вспомнить продолжавшиеся день за днем издевательства над людьми,

которые никак не могли повлиять на ситуацию, – репортажи «о гибели подводной лодки» каждые 10 или 15 минут. Можно сколько угодно говорить о том, что человек волен переключить канал и не смотреть. Но мы все хорошо понимаем, что талантливо сделанный репортаж о трагедии не смотреть почти невозможно – такова природа человека. Особенно это трудно людям с неустойчивой психикой, с расстроенными нервами, людям слабым и внушаемым. Сколько из них не пережили этой «правды»? Стоило ли того журналистское самоутверждение? Или у этих «репортажей» была какая-то другая цель? А какая? И была ли она достигнута? Если да, то хочется надеяться, что они не разочарованы.

Другой пример – «матери Беслана». По отношению к этим женщинам было совершено довольно много диких с точки зрения морали поступков – и не только террористами. В аспекте риторики хочется выделить, конечно, Г. П. Грабового². Аудитория выбрана безупречно, успех выступления гарантирован – никакая мать не сможет устоять перед предложением вернуть ей потерянного ребенка. Движущая сила такой аудитории сможет реализовать любую цель риторика. Если какая-то цель этого стоит.

И если я талантливо, долго и со вкусом буду рассказывать о последних днях и мыслях молодой девушки, умирающей от рака, то именно я ответственна за тех, кто не захочет жить после моего рассказа.

На вопрос о том, какая правда и почему этого стоит, каждый отвечает сам. Просто очень важно никогда не забывать задать себе вопрос: «зачем я это делаю?».

Хорошо понятно, в чем может проявляться ответственность риторика за свою речь: в самом решении об этой речи, в выборе аудитории и уровня решения, требуемого от этой аудитории, в выборе материала и доказательной базы и т. д. Менее очевидно, каким образом может быть ответственна за речь аудитория – ведь она *просто слушает*.

Во-первых, аудитория ответственна за свою реакцию. За свое присоединение или неприсоединение к оратору.

Вопрос «кто виноват – тот, кто обманул, или тот, кого обманули?» редко имеет однозначный ответ. Можно рассуждать о том, что если

² Он пообещал матерям воскресить их убитых детей.

муж поверил клевете и поссорился с женой, то виноват тот, кто его обманул. А если он жену задушил, а не просто с ней поссорился?

За свою реакцию на ярлыки типа «расстрел парламента» и «бескомпромиссная борьба с нечестным бизнесом», наклеенные на события не только с совершенно иной подоплекой, но даже с совершенно иным фактическим содержанием, – каждый отвечает сам.

Ведь (и тут как раз возникает «во-вторых») аудитория – это не какое-то особенное явление природы, она состоит из людей, каждый из которых отвечает за то, что не оградил остальных от заведомой лжи или гнусности.

Для того чтобы понять, заслуживает ли ритор доверия или пора его гнать с трибуны, аудитория его оценивает. И оценивает, как мы уже выяснили, ориентируясь не на биографическую справку, которой зачастую просто не располагает, а на какие-то качества, которые ритор демонстрирует в процессе выступления.

Эти качества –

- честность,
- скромность,
- доброжелательность,
- предусмотрительность.

Их в риторике принято называть «ораторскими нравами». Хотя такая формулировка предполагает возможность выбора одного из «нравов», а в действительности на практике необходимо продемонстрировать их все.

1. Честность. Когда человека характеризуют как честного – это, как правило, результат анализа некоторого накопленного опыта, говорящего о том, что этот человек не пытается обманывать. То есть либо его слова потом подтверждаются, либо, как минимум, не опровергаются. Сбрасывать со счетов этот аспект ни в коем случае нельзя, потому что, если будет эмпирически выявлена какая-то наша ложь или что-то, что будет воспринято как ложь – для аудитории это, безусловно, будет иметь огромное значение. Поэтому, узнав о какой-то своей ошибке, лучше в ней признаться, если есть вероятность, что она

станет аудитории известна. В крайнем случае, следует ее признать хотя бы тогда, когда она *уже* стала известна, поскольку ритор, который ошибся, в глазах аудитории совершенно закономерно выглядит гораздо лучше, чем ритор, который обманул.

Однако тут мы снова сталкиваемся с тем фактом, что аудитория редко составляет свое мнение о риторе, анализируя его объективную биографию, тем более что на то, чтобы заработать репутацию (особенно – хорошую), уходят годы. Поэтому непосредственно каждой своей речью нам необходимо как-то убеждать аудиторию в том, что мы не пытаемся ее обмануть.

Разумеется, говорить об этом прямо, словами, – было бы несколько наивно и даже подозрительно.

Для того чтобы у аудитории не возникало сомнений в нашей честности, нужно ей демонстрировать:

- определенность позиции,
- добросовестность,
- компетентность.

Это сделать достаточно легко.

Чтобы продемонстрировать *определенность позиции*, нужно, в первую очередь, говорить от своего лица, а не от лица «общественности», «коллектива» и т. д. Это не значит, что нужно, во что бы то ни стало, избегать слова «мы» или ссылок на то, что тот или иной коллектив людей имеет общую позицию, которую мы выражаем в данной речи. Но при этом из того, как мы формулируем эту позицию, должна быть четко понятна, во-первых, *сама позиция*, а во-вторых, что мы ее не просто транслируем как чью-то, а полностью *к ней присоединяемся*.

Необходимо оговориться, что бывают случаи, когда мы действительно должны транслировать в своей речи позицию, которую не разделяем или разделяем частично. Это ситуация, безусловно, неприятная, и действовать в ней нужно исходя из того, какова цель этого навязанного выступления и наша собственная задача. Хорошо понятно, что если они противопоставлены, несовместимы, то придется

выбрать что-то одно и либо преподнести позицию как свою – и достичь цели выступления, либо продемонстрировать свою отстраненность от этой позиции – и тем самым выразить себя, но цели выступления не достичь. Это может быть уместно в том случае, если нашей реальной целью является как раз демонстрация собственной оппозиционности, срыв достижения навязанной цели. Но, объективно говоря, в такие ситуации лучше не попадать или, по крайней мере, очень тщательно продумывать последствия такой фронды.

Если же, что бывает значительно чаще, нам необходимо транслировать позицию, к которой мы сами *присоединяемся*, но *не полностью*, то желательно четко определить и сделать акцент на тех аспектах, в которых эта позиция совпадает с нашей. Иначе аудитория подсознательно будет ждать ремарки «мнение автора может не совпадать с мнением редакции», а это всегда закономерно подрывает доверие.

Второе и, возможно, более сложное, что необходимо сделать для того, чтобы продемонстрировать определенность позиции – это саму позицию ясно и недвусмысленно *сформулировать*. Для этого нужно самому ее хорошо понять. Если позиция ратора окажется неясна аудитории, то она заподозрит ратора в том, что он либо темнит, либо сам толком не знает, как относится к поднятому вопросу. И то, и другое одинаково плохо.

Для того чтобы проявить *добросовестность*, необходимо подчеркивать, что предмет рассмотрен со всех сторон, учитываются сложности, связанные с реализацией предложения, были продуманы возможные последствия, в том числе негативные, а не только выгоды. Иными словами, добросовестность ратора проявляется в том, что он проделал большую аналитическую работу, а не просто выступает с первой пришедшей в голову идеей.

В некоторых случаях вариант с внезапной идеей тоже может быть приемлем и уместен, но и тогда нужно продемонстрировать добросовестность, «на ходу» рассматривая возможные тонкие места или альтернативные предложения.

Компетентность ратора – это его осведомленность в предмете, квалификация. У аудитории ни в коем случае не должно возникнуть подозрения в том, что апеллирует к ним со своими идеями

человек, не разбирающийся достаточно глубоко в вопросе, ведь это не только вызовет недоверие к самим идеям, но и просто в лучшем случае вызовет смех, а в худшем – оскорбит аудиторию.

Проявления компетентности очень тесно связаны с проявлениями добросовестности, но включают в себя дополнительный момент – демонстрацию «включенности в парадигму»: знания авторитетных в данной предметной сфере источников, людей, позиций, даже распространенных заблуждений и их типичных опровержений. Вся эта своего рода идиоматика помогает определить в собеседнике «своего», что для людей, уверенных в своей собственной компетентности, безусловно, будет являться признаком компетентности ратора.

2. Скромность – это понятие весьма неоднозначное, особенно с точки зрения достижения результата. Недаром формулировка «скромный результат» является, мягко говоря, не комплиментарной.

Однако, как уже не раз говорилось, для достижения контакта с аудиторией в своей речи мы должны не демонстрировать свои личные качества, а позиционироваться так, чтобы аудитория нас воспринимала без внутреннего протеста. Для этого необходимо установить в отношениях с аудиторией *баланс равенства и превосходства*.

Очевидно, что демонстрировать явное превосходство опасно, поскольку оно закономерно вызовет агрессию.

Ограничиться же только равенством тоже нельзя, потому что установление явного равенства вызовет пренебрежение. Абсолютно равный нам человек, то есть имеющий те же знания, тот же опыт, тот же социальный статус, те же интеллектуальные (и, возможно, – для полного равенства – физические) возможности, вряд ли может сказать нам нечто принципиально более правильное и целесообразное, чем то, что мы сами знаем.

В то же время осознавать, что выступающий *намного* более умен, опытен, богат или удачлив, аудитории, скорее всего, будет неприятно.

Поэтому целесообразное позиционирование для ратора – это человек, находящийся с аудиторией в общей ситуации – имеющий те же (или хотя бы частично совпадающие) задачи, включенный в те же обстоятельства, что и аудитория, – но при этом имеющий удачный опыт решения подобных задач или располагающий большей

информацией о вопросе, чем аудитория. То есть *авторитетный*. И это единственное, чем он принципиально от аудитории отличается.

Есть, правда, один фактор, подчас резко противопоставляющий риторю аудитории, который почти невозможно скрыть, – это возраст. Причем хорошо понятно, что мешающим фактором может быть возраст, существенно отличающийся как в большую, так и в меньшую сторону. Если ритор намного старше, он может заранее вызвать подозрения в желании воспитывать и играть на необходимости уважать пожилых людей, в сочетании со свойственным молодости убеждением, что пожилые редко бывают правы. Если же ритор существенно моложе, чем большинство присутствующих, то он также может вызывать самые разные нежелательные для него эмоции – от умиления до раздражения.

Однако эта проблема не фатальна, если на самом деле подозрения аудитории не оправдаются. Если ритору действительно *есть что сказать*, то это будет услышано. Нужно только, чтобы разница в возрасте не помешала ему самому держаться с достоинством. Для этого имеет смысл не делать вид, что разницы не существует или он о ней не подозревает, а оговорить, почему, несмотря на эту разницу, он берет на себя ответственность выступить перед собравшимися.

Единственное, что необходимо добавить, – важно очень четко различать, когда разница в возрасте действительно заслуживает упоминания, а когда она актуальна только для самого рителя. Если на самом деле разница не так уж и принципиальна, а ритор сделает на ней акцент – это может быть воспринято как неуместное кокетство или попытка заранее оправдать свои не слишком удачные предложения тем, что из-за разницы в возрасте аудитория их просто не понимает.

По этой же причине ни в коем случае не надо представлять свой возраст основанием для несомненного превосходства. Это же касается пола и прочих «физических» характеристик: хорошо понятно, что для того, чтобы аудитория была расположена к ритору, его превосходство над ней должно быть *принципиально преодолимым*, а значит, состоять именно в наличии опыта, специфических знаний, большей осведомленности, а не в его характеристиках как организма – в возрасте, состоянии здоровья, поле (или как теперь принято – гендере)

и прочих плохо поддающихся целенаправленному воздействию свойствам.

Исключением является ситуация, когда авторитет ратора для данной аудитории высок настолько, что дистанция между ними *абсолютно* непреодолима, и даже не может рассматриваться, как преодолимая. В парадигме понятий «американской мечты» такая ситуация невозможна, и любой американский (или американски ориентированный) авторитет в общении с аудиторией исходит из того, что «на моем месте может быть любой из вас, если будет много работать». В рамках российской культуры это воспринимается как фальшь. И в основе этого восприятия лежит клубок практически взаимоисключающих причин (поэтому такой клубок практически невозможно размотать). С одной стороны, мы хорошо понимаем, что люди исходно не равны и, например, Нобелевская премия по физике – это не просто упорный труд и стечение обстоятельств. Российская аудитория в основном склонна уважать чужие достижения и прислушиваться к тем, чьи заслуги признаны и отмечены какими-то явными знаками типа ученых степеней, званий, лауреатств и т. п. Однако, казалось бы, что в этом случае такого рода отличие ратора от аудитории должно восприниматься ею однозначно положительно, но на деле тут включается фактор обратного вектора: аудитория – иногда даже те же самые люди – думают, часто совершенно безосновательно, что высокий статус непременно означает, что человеку «помогли», и это вызывает раздражение. Хочется верить, что этот фрагмент устареет и станет не понятен читателю как можно скорее, но пока ситуация с социальными лифтами дает почву для такого отношения, и это представляет безусловную проблему для ратора.

Еще более сложно обстоит дело с отличием по уровню достатка. Здесь все зависит от конкретной аудитории и дискурса, в котором происходит выступление. Рассказ о себе на встрече выпускников и выступление руководителя крупного предприятия на заседании представителей отрасли придает разнице в уровне достатка совершенно разную окраску и влечет за собой разную оценку аудиторией. Однако, думается, что если руководствоваться общим правилом ораторской скромности – формирование баланса равенства и превосходства в отношении аудитории, – то это тонкое место можно

миновать благополучно. Необходимо просто продумать вопрос о том, насколько этот аспект (разница в обеспеченности) имеет отношение к цели выступления и как его можно использовать во благо или минимизировать его вред. Для того чтобы не возникло напряженности между бывшими одноклассниками (или сокурсниками), достаточно более выражено (и обязательно искренне) подчеркивать «мы», а высокий уровень доходов руководителя организации может стать неплохим доводом в пользу его компетентности и эффективности его предложений, если в ясной, но ненавязчивой форме ритор подчеркнет, что бизнес-решения его предприятия оказываются, как правило, верными.

Баланс подразумевает, что чем больше бросается в глаза превосходство, тем более явно должно быть выражено и равенство, и наша задача – найти тот аспект, который позволит нам его адекватно и без явной фальши выразить. Иными словами, вместо того, чтобы пытаться скрыть, например, высокую руководящую должность, которая ставит аудиторию (или хотя бы большую ее часть) в явно зависимое положение по отношению к ритору (что выглядело бы неправдоподобно, нелепым кокетством), ритору имеет смысл подчеркнуть что-то другое, что его с аудиторией явным образом роднит. Например, что он учился в том же вузе, что и большинство присутствующих, или стажировался в их городе, или работал на аналогичном предприятии первые 5 лет после окончания института, или на таком предприятии работал его отец и всегда мечтал о решении той проблемы, ради которой проводится данное мероприятие (наконец, если совсем ничего не удастся подобрать, то таким «сближающим» мотивом может быть что-то просто общечеловеческое, например, что ритор недавно стал дедом).

3. Доброжелательность как качество образа ратора нельзя сводить к проявлению симпатии к аудитории. Более того, в российской культуре проявление необоснованной симпатии, как и улыбка без причины, может быть воспринято негативно – как попытка втереться в доверие или как юродство. Ни то, ни другое не способствует доверительному восприятию ратора, а вызывает, соответственно, настороженность или раздражение.

Однако это, конечно, не значит, что нельзя улыбаться, а следует держаться сухо и холодно. Держаться надо так, чтобы поведение соответствовало теме и обстоятельствам речи. А доброжелательность с точки зрения образа риторика заключается в том, что мы *ориентируемся на интересы аудитории*.

Если не показывать аудитории в явной форме, почему ей выгодно присоединиться к позиции риторика, то у нее возникнет подозрение, что ее руками мы хотим решить свои собственные задачи, не имеющие ничего общего с интересами аудитории. Поэтому даже если риторик кажется, что польза от предлагаемого им решения очевидна, необходимо вербализировать, то есть в явной форме *выразить словами*, что это полезно не *вообще*, а именно *для собравшихся*, и почему.

Серьезной ошибкой риторика является стремление позиционироваться как «незаинтересованное лицо». Незаинтересованное лицо, действующее исключительно в интересах посторонних людей, не может не вызвать подозрений, особенно у аудитории, объединенной прагматичными целями. Если даже предположить, что удастся отвести подозрения в мошенничестве и сокрытии истинных мотивов, то вряд ли аудитория поверит, что наши предложения окажутся эффективнее, чем предложения оратора, *лично заинтересованного в результате*.

Таким образом, наиболее целесообразным с точки зрения доброжелательности позиционированием риторика является демонстрация ориентации на интересы аудитории потому, что они совпадают (полностью или частично) с его собственными.

4. Предусмотрительность риторика выражается в том, что он правильно представляет себе последствия своего выступления и готов к ответственности за них.

Самое очевидное – это, конечно, необходимость представлять себе последствия присоединения аудитории, и не просто представлять, а демонстрировать аудитории, что вы себе это хорошо представляете. Если у аудитории есть неудачный опыт присоединения к предложениям данного риторика – свой собственный или опыт кого-то, кому аудитория доверяет, – то это, безусловно, очень весомый фактор, и завоевать доверие в таких обстоятельствах будет очень сложно. Но даже если отрицательного опыта у аудитории пока нет, ей важно

видеть, что последствия тех решений, к которым призывает их ритор, им продуманы и оценены, а не только надеяться на это.

Но демонстрация понимания последствий – это не единственное проявление ораторской предусмотрительности. Также очень важно для аудитории видеть, что оратор в принципе представляет себе, *к чему он ведет свою речь*, что это не выступление ради выступления, а аргументация *конкретного предложения*. Аудитория не должна думать, что мы занимаем ее время и душевные силы просто так. Если ритор произнес блестящую речь, но при этом не дал аудитории ключа к тому, *как ей присоединиться* (изменить или сформировать свое мнение по какому-то вопросу, что-то предпринять, как-то проявить свою позицию или просто добавить к корпусу своих знаний что-то новое и полезное), – то он поступил непредусмотрительно, и аудитория будет испытывать неудовлетворенность.

Никогда не стоит рассчитывать на то, что мы *просто даем информацию*, а аудитория, состоящая из свободных умных людей с целеполаганием, сама решит, что ей с этой информацией делать. Во-первых, никому не нужна «просто информация», ее и так слишком много, и люди скорее хотят, чтобы ее убавилось, чем добавилось еще. Во-вторых, аудитория может «сама решить» такое, что пойдет полностью вразрез с нашими интересами. А скорее всего, она вообще ничего не решит и при этом останется со смутным раздражением на ратора, который рассказал столько всего, но не объяснил зачем. Даже желая оставить аудитории ощущение свободного выбора действий или реакции, необходимо ее четко сориентировать *в направлении*, в котором ей нужно принять это свободное решение. «Для того, чтобы вы сами сделали вывод» – это тоже ответ на вопрос «зачем?», и он должен прозвучать раньше, чем вопрос будет задан, потому что вопрос «зачем?» – это свидетельство непредусмотрительности ратора.

Еще одна серьезная ошибка в смысле предусмотрительности, которую может допустить ритор, – это несоотнесение аудитории с проблемой, которую мы перед ней ставим. Причем критична с точки зрения формирования доверия как постановка перед аудиторией проблемы, которую она решить заведомо не в состоянии, так и постановка перед ней проблемы, которая существенно ниже сферы ее ответственности и может быть решена на существенно более низком

уровне. Аргументация законотворческих задач в области внедрения электронного документооборота на межгосударственном уровне перед представителями общества профсоюзов только усилит эмоциональную нестабильность аудитории и вызовет ощущение собственного бессилия, которое любой аудитории неприятно и негативно скажется на образе ратора. В то же время даже очень продуманная и с очень точными конкретными предложениями речь о правилах разработки эффективной политики безопасности информации на предприятиях пищевой промышленности, произнесенная для Комитета Государственной Думы по информационной политике, вызовет подозрение в том, что ритор сам не знает, куда и зачем пришел, и скорее всего, что, к сожалению, часто бывает, не потрудился подготовить речь специально, а взял подготовленную ранее, для другого случая.

Стало быть, очень важный показатель предусмотрительности ратора – это точная соотнесенность поставленной в речи проблемы с аудиторией, перед которой он ее ставит. *Проблема должна находиться в сфере ответственности аудитории и быть ей по плечу.*

Если свести вышеописанное к простым практическим рекомендациям, то получится примерно следующий набор правил.

Для того чтобы завоевать доверие аудитории, необходимо:

1. высказываться определенно;
2. подчеркивать общность целей;
3. демонстрировать, что мы учитываем минусы своего решения;
4. подчеркивать, что эти минусы, однако, меньше, чем минусы альтернативных решений;
5. принятие своего предложения позиционировать не как цель, а как один из возможных путей достижения цели аудитории;
6. подчеркивать, что этот путь – оптимальный;
7. учитывать возможные возражения;
8. демонстрировать серьезное отношение к этим возражениям;
9. проявлять осведомленность в предмете речи;
10. проявлять осведомленность не в унижительной для аудитории форме;

- 11.говорить уверенно и позитивно;
- 12.избегать излишней эмоциональности;
- 13.избегать непродуманной искренности;
- 14.избегать явного самовыражения;
- 15.говорить от своего лица;
- 16.говоря от лица кого-либо другого или от имени коллектива, подчеркивать свое согласие или несогласие.

Практически каждое из этих правил в той или иной ситуации речи можно нарушать. Но делать это следует только в том случае, если это *целесообразно*, то есть хорошо понятно, *зачем* это делается, и предварительно взвесив риски.

Так, нарушая 1-е и 11-е правило, мы сможем посеять в аудитории невнятную панику – если это и является целью, то способ верный, но нужно прежде хорошо подумать, действительно ли требуется именно это.

Если мы выступаем перед членами своего небольшого коллектива, общность целей внутри которого несомненна, то можно ее не подчеркивать (нарушая правило 2), однако надо все-таки иметь в виду, что то, что несомненно для одного человека, может быть не так очевидно для другого – просто в силу того, что он, например, подозрительный по характеру, или не такой сообразительный, как вы рассчитываете.

Мы можем демонстративно не учитывать возможные возражения или показывать нарочито пренебрежительное к ним отношение (нарушая правила 7 и 8). В аудитории, для которой наш авторитет очень высок не только как профессионала, но и как личности, это может оказаться вполне продуктивным, однако, нечаянно задев таким образом чьи-то чувства, можно свой авторитет пошатнуть. Так что сначала стоит подумать, достаточно ли хорошо мы знаем тех, перед кем выступаем с речью.

Излишняя эмоциональность (правило 12) может подавить волю слабых и внушаемых людей, однако вызовет раздражение и подозрение в непрофессионализме и корыстных мотивах у людей, достаточно внутренне свободных, чтобы не поддаваться на эмоцию.

Непродуманная искренность (правило 13) может расположить аудиторию к риторике сильнее, чем аргументированное и конструктивное выступление, однако смысл предложения при этом почти наверняка пройдет мимо сознания аудитории. Если цель выступления – именно рассказать о себе, то она, скорее всего, будет достигнута – искренность, несомненно, подкупает. Тем не менее оговорка «скорее всего» – не случайна. Прагматично настроенные люди, собравшиеся по актуальному для них поводу с целью принятия решений о каких-либо дальнейших действиях, могут быть отнюдь не в восторге от того, что вместо этого попали на исповедь, даже если она достаточно занятна сама по себе. Однако, если перед нами стоит цель любой ценой *отвлечь* аудиторию от принятия решений, то можно попробовать (но можно ли в этом случае считать такой маневр *непродуманной* искренностью?).

Так или иначе, имея в виду эти правила и оценивая аудиторию, предмет речи и стоящую перед нами цель, можно выстроить образ ратора таким образом, чтобы вызвать доверие аудитории и подготовить почву для достижения ее согласия.

Примеры речей на одну и ту же тему, но ориентированных на присоединение разных аудиторий приведены в Приложении.

Все описанные правила этики в основном сводятся к ответу на вопрос «Как понравиться аудитории?». Довольно очевидно, что самый простой способ понравиться – это делать и говорить только то, что аудитории приятно – полностью идти у нее на поводу. Для этого нужно озвучивать те идеи, которые она хорошо знает и разделяет, – аудитория будет чувствовать себя умной, опытной и будет довольна нами как столь же умным и опытным оратором. Именно так происходит, например, при сдаче экзамена.

К сожалению, задачи, которые нам нужно решить с помощью публичной речи, редко состоят в том, чтобы просто понравиться, поэтому делать так *всегда* все-таки нельзя.

Цель выступления – не собственно понравиться, а добиться какого-то конкретного практического эффекта от того, что наше выступление понравилось.

Например, чтобы аудитория утвердилась во мнении, что наше предложение лучше конкурентного.

Обратим внимание, вопрос не ставится таким образом: «чтобы купили нашу продукцию» – это задача несколько другая. Ее тоже вполне можно представить как риторическую, и, более того, это тоже задача из области определения *прикладной риторики* – только другой профессиональной сферы, и это имеет смысл различать.

Предметом этой книги является прикладная риторика в профессиональной области «Защита информации», а не «Маркетинг». И несмотря на то, что сверхзадача любой профессиональной деятельности – получение прибыли, а не что-то другое, цель публичной речи специалиста по защите информации – не продать, а *убедить в том, что наше (изделие, разработка, технология, подход) – лучшее в данной области, потому что мы очень точно знаем, что в этой области необходимо и очень хорошо умеем это реализовывать.*

Умение заработать доверие к своему профессионализму воспринимается и работает принципиально отлично от умения хорошо продавать «что угодно», хотя ни в коем случае не стоит принижать важность и ценность такого умения.

Предметная область защиты информации довольно сложная, и ожидать того, что потенциальные потребители будут «учить матчасть» и примут решение о выборе того или иного продукта или технологии в ходе некоего самостоятельного исследования, безусловно, можно, но результаты «самостоятельного исследования» непрофессионалов могут быть непредсказуемы. И именно поэтому в нашей предметной сфере недостаточно иметь просто хорошего продавца – продавцов (в самом широком смысле) учат совсем другим вещам.

Обращаясь к маркетинговой терминологии, в высокотехнологичных областях требуется не столько реклама, сколько «паблисити» – профессиональное, но доступное разъяснение сложных вещей. Специалистам, в том числе техническим, нужно уметь рассказывать, объяснять, причем объяснять понятно и интересно, *формируя* представление потенциального потребителя о его потребности, а не только удовлетворяя уже существующие запросы, поскольку они как раз зачастую сформированы исключительно «понаслышке» и могут быть весьма абстрактными, на уровне

«компьютер с какой-нибудь защитой, чтобы не наказали за ее отсутствие».

С точки зрения этоса для нас это важно потому, что очень часто (если не как правило) нам приходится аргументировать *непопулярные решения*. Непопулярные по самым разным причинам: потому что дорогие, потому что усложняют систему, потому что пересекаются с чьими-либо интересами и тому подобное.

Техника аргументации непопулярных решений

То, что проблема с такого рода аргументацией лежит в основном именно в области этоса, – довольно очевидно. Трудно поверить, что человек, убеждающий нас в чем-то неприятном

- а) за нас, на нашей стороне, не враг;
- б) понимает, что он предлагает – достаточно предусмотрителен, чтобы представлять, чем это может закончиться;
- в) разбирается в вопросе, раз не смог найти более приемлемого – менее болезненного решения;
- г) честен, не имеет скрытой цели.

Соответственно, аудитория будет явно принимать ритора настороженно, а скорее всего, даже враждебно.

Общая схема действия в сложных условиях – делать все более тщательно, но в данном случае есть также один технический прием, которым можно воспользоваться для достижения доверия аудитории.

Ритор должен прибегнуть к *иерархизации аудитории*, то есть разбить для себя аудиторию на более и менее квалифицированные и готовые к диалогу группы.

Пафос аргументации для более компетентной части аудитории должен состоять в том, что, поскольку они способны охватить, насколько важен обсуждаемый вопрос, они могут развернуть и популяризировать предложение ритора для остальной части аудитории. Это сместит задачу, и слушающие начнут рассматривать предложения не столько как таковые – более или менее спорные и

опасные, сколько с точки зрения того, *каким образом им понятно и убедительно изложить их остальной части аудитории*. А значит, начнут воспринимать их как заведомо вполне приемлемые.

Для менее компетентной части аудитории риторы необходимо найти другие ходы, но при этом подать их так, чтобы было очевидно, что между этими двумя слоями аргументации нет ни малейшего противоречия, что они *взаимосвязаны*. Если это не будет очевидно аудитории, то она обязательно заподозрит манипуляцию. Больше того, в сочетании с тем, что аудитория иерархизирована, попытка манипуляции для представителей менее компетентной ее части будет отягчена тем, что их «держат за дураков», а «более умным» говорят совсем другое.

Второе, что необходимо сделать в ситуации аргументации непопулярного решения, – это *тщательно развести*

- собственные интересы,
- методы решения задачи,
- конечную цель.

Необходимо, чтобы все три позиции в речи были явными, не противоречили одна другой, но при этом были четко разграничены.

В первую очередь объектом *согласия* должна стать *цель*, поскольку если мы в принципе не разделяем цели, то не имеет никакого смысла аргументировать метод ее достижения. В конечном же итоге нам надо добиться *присоединения* именно относительно *способа действия*. А наши собственные предпочтения нам необходимо озвучивать, а не скрывать, потому что так мы демонстрируем *честность*. В явной форме призывать аудиторию к тому, чтобы присоединиться к нашим предпочтениям, а не к способу достижения их собственных целей – ни в коем случае нельзя. Это можно делать только опосредованно, имплицитно.

Предположим, нам надо убедить системного интегратора, традиционно работающего с изделием Е, перейти на использование изделия Ш.

В первую очередь разводим личную позицию и конечную цель. Допустим, наша личная заинтересованность заключается в том, что Ш – это продукт нашей компании или наших партнеров. Это ни в коем случае не надо скрывать, поскольку так или иначе это либо уже известно, либо быстро станет известно, а если что-то скрывается, то сразу возникает подозрение, что неспроста. Конечная цель для любого интегратора – рост продаж. И в этом наши цели, безусловно, совпадают, за исключением небольшой детали – для того, чтобы рост *их продаж* был ростом *наших продаж*, продавать они должны *наше изделие*. Для того чтобы они были заинтересованы продавать именно наш продукт, он должен давать *им* конкурентные преимущества – больше соответствовать требованиям рынка, чем другие аналогичные продукты. Значит, аргументацию нам следует строить на том, что с помощью Ш можно получать более гибкие и адаптивные решения, что востребовано рынком все больше и больше по мере его развития (в некоторых случаях имеет смысл также объяснить, почему эти качества являются конкурентным преимуществом, а в некоторых это не нужно – зависит от конкретной аудитории).

Это и будет основой нашей аргументации – для того, чтобы поставляемое интеграторами решение было гибким и адаптивным, устройство, которое они включают в его состав, должно обладать определенным набором характеристик, который достигим только за счет определенной архитектуры.

Дальнейший ход аргументации будет состоять в том, что архитектура Е обеспечивает этому устройству несколько другой набор характеристик – это более дешевое средство, но набор его функций – постоянный и не может быть изменен. При необходимости изменения функциональности нужно покупать другое средство этой серии, а старое выбрасывать. Ш же предполагает возможность перепрограммирования, и единожды купленный экземпляр может быть изменен под конкретные задачи либо адаптирован для лучшей интеграции в ту или иную систему, и тому подобное.

То есть мы выводим свое предложение – использовать Ш – не из своей позиции (о том, что мы ее разработали хорошо, и это подтверждается, например, длительной хорошей репутацией наших разработчиков, большим количеством внедрений наших изделий по

стране и так далее (хотя все это так, и в других обстоятельствах все это может быть очень хорошими аргументами!)), а из конечной цели, которая привлекательна именно для данной аудитории.

Таким образом, схема выглядит так:

- достигаем согласия о цели,
- рассматриваем, что для достижения этой цели нужно,
- рассматриваем варианты применения для этого различных средств,
- наше в этом рассмотрении оказывается лучшим.

Применение в такого рода ситуациях другой схемы аргументации допустимо только в заведомо очень благожелательно настроенной аудитории, в противном случае наши слова о достоинствах нашего продукта будут восприниматься исключительно как заученный текст коммивояжера, которому лишь бы продать то, что ему с утра выдал хозяин.

III. ПАФОС: ПРИСОЕДИНЕНИЕ АУДИТОРИИ

Принятие любого решения, даже довольно незначительного по своим последствиям, все равно связано с определенным усилием воли, поэтому для большинства людей это процесс вовсе не разумеющийся сам собой, а требующий некоторого толчка. Именно поэтому привести аудиторию к присоединению практически невозможно без эмоционального воздействия на нее.

Конечно, не всякая вызванная в аудитории эмоция приведет к тому, что предложение ратора будет принято, а только *целесообразная*.

Формирование целесообразной эмоции в аудитории – это область задач пафоса.

Попытка влиять на эмоции сразу большого количества посторонних людей кажется безумием только до тех пор, пока мы считаем аудиторию множеством разрозненных людей, о которых мы ничего не знаем. Казалось бы, откуда нам знать, что у них за характеры, о чем они думают, какие мотивы ими движут в каких случаях. На самом деле это совсем не так, мы всегда знаем про аудиторию довольно много. И первое, что надо всегда иметь в виду, – это не случайные, разрозненные люди: уже сам факт совместного участия в публичном выступлении – факт общий для них всех – объединяет их в единую сущность. Именно благодаря этому они и есть аудитория.

Итак, людей в аудитории объединяет их *роль*. Их также, очевидно, объединяет *область интересов*, причем это, так же как и их участие в нашем выступлении, объединяет их не только между собой, но и с *ритором*. Это очень важно понимать, особенно в случае, когда мы с аудиторией являемся, по сути, оппонентами. Сколь различными не являлись бы наши взгляды, нас объединяет *предмет* этих взглядов.

Характер же объединяющих аудиторию интересов может быть различен.

В первую очередь стоит остановиться на том, что аудиторию могут объединять:

- а) духовно-нравственные ценности,
- б) материально-практические интересы.

Эти вещи не стоит противопоставлять, поскольку аудитории, объединенные только духовно-нравственными ценностями или только практическими интересами, встречаются довольно редко, и если кажется, что та или иная аудитория – как раз тот самый случай, то имеет смысл еще раз проанализировать ее более тщательно – наверняка, найдется и вторая группа интересов.

Обычно одна из групп не очевидна в том случае, когда абсолютно очевидна вторая. И это происходит просто потому, что, экономя усилия, мы ограничиваемся обнаружением того, что очевидно, не углубляясь дальше. В действительности же, даже здравый смысл (не говоря уже об опыте) подсказывает, что наличие практических интересов не ведет к отсутствию духовных, и наоборот.

Если эти категории не противопоставлены, то имеет ли смысл их вообще выделять? Выделять их представляется целесообразным потому, что для воздействия на эти группы интересов применяются *разные типы пафоса*, и, для того чтобы использовать их эффективно, нужно хорошо понимать, с чем мы имеем дело.

С духовной точки зрения аудиторию составляют *отдельные, свободные и ответственные за собственное самоопределение личности*. Тут необходимо сделать оговорку, что эти характеристики не оценочные, а сущностные – *насколько свободна и ответственна та или иная личность* – вопрос не риторики вообще и не ритора в частности.

В связи с этим пафос, объединяющий аудиторию в части духовных ценностей, – это *вера, надежда, любовь, совесть, стремление к познанию истины, чувство собственного достоинства, ответственность, уважение, добросовестность, трезвость ума, постоянство, решимость, справедливость, чуткость, самоотверженность, готовность к действию, мужество, великодушие, милосердие, созидательность* и прочие прекрасные вещи. Этот тип пафоса принято называть *восходящим*.

С практической же точки зрения аудиторию составляют *профессионалы (или члены некой социальной структуры), находящиеся между собой и с людьми, не входящими в аудиторию, в определенных функциональных и ролевых отношениях, определяющихся стремлением к выгоде* (то есть либо в конкурентных, либо в отношениях кооперации).

Соответственно, пафос, объединяющий аудиторию в части практических интересов, – это *стремление к выгоде, материализм, здравый смысл* (обратим внимание, в отличие от трезвости ума, предполагающей независимость мнений и оценок, здравый смысл в данном случае предполагает стремление к выбору оптимальных решений, экономии усилий и тому подобное), *гуманизм* (то есть признание человека (а не чего-то другого) «мерой всех вещей»), *критицизм, релятивизм* (то есть соотнесенность собственных взглядов с некими установленными), *авантюризм, гедонизм* (жажда наслаждений), *прагматизм, жажда власти, честолюбие, соревновательность, страх, гнев* и тому подобное. Этот тип пафоса принято называть *нисходящим*.

Хорошо понятно, что только на первый (эмоциональный) взгляд пафос практических интересов «хуже» пафоса духовных или наоборот. Рассуждать таким образом – крайне опасно и просто нечестно. Опасно – потому, что, считая практические интересы «низкими», ритор может обидеть аудиторию, а себя выставить ханжой; а нечестно – потому, что, в действительности, по пальцам можно пересчитать ситуации, в которых мы что-либо хорошее (в том числе и публичное выступление) предпринимаем, не руководствуясь совершенно никакими практическими интересами.

В этом смысле российские и западные риторы впадают в противоположные крайности. Западные риторы (даже те, что признаны российской фундаментальной наукой и привлекаются в качестве источников для вузовских и других учебников), ставя во главу угла прагматические задачи, полностью исключают из сферы своих интересов восходящий пафос, описывая и классифицируя только проявления нисходящего.

Сами по себе эти наблюдения небезынтересны, и их нужно обязательно учитывать. Например, в руководстве А. Монро и Д. Эйнингера³ приводится список эмоций, к которым имеет смысл апеллировать, по убыванию эффективности воздействия на них. Список таков: *стремление к успеху, стремление к приобретению и сохранению, жажда приключений и перемен, чувство товарищества и привязанности, стремление к созиданию, любопытство, почтительность* (к

³ Monroe A., Ehninger D. Principles of Speech Communication. 7th ed. Glenview, 1975. P. 231–232.

авторитетам), зависимость, инстинкт разрушения, терпимость, страх, агрессия, стремление к подражанию и конформизм, независимость и самостоятельность, преданность (отдельному человеку или группе), стремление к личным удовольствиям, жажда власти, гордость, преклонение (перед сильным или преуспевающим), отвращение, сексуальное влечение, сочувствие, щедрость.

К такому ранжированию движущих людьми эмоций, безусловно, надо относиться критически. Во-первых, оно в очень большой степени обусловлено этнокультурными особенностями (книга американская), а во-вторых, абсолютно не учитывает конкретных характеристик аудитории, которые могут оказаться столь ярко выраженными, что полностью перечеркнут эту иерархию. Не уходя далеко от непосредственного предмета изучения, можно уверенно сказать, что в аудитории, состоящей из специалистов по защите информации (то есть тех, кто обеспечивает защищенность информационной системы той или иной организации), жажда приключений и перемен будет, скорее всего, менее значимой эмоцией, чем в аудитории разработчиков средств защиты информации. В плане же почтительности к авторитетам, скорее всего, ситуация будет как раз обратная.

Однако руководствоваться этим набором для того, чтобы не упустить возможность воздействия, забыв о какой-либо эмоции, несомненно, стоит.

Российские же риторики зачастую призывают вовсе избегать нисходящего пафоса, а создавать исключительно восходящий. Во многом причина такого экстремизма в том, что областью применения прикладной риторики в России традиционно принято считать исключительно духовные сферы: педагогику, вероучительство, политику и правосудие, – в которых принято демонстрировать максимальную личную незаинтересованность. Однако совершенно очевидно, что и в этих сферах практические интересы людей играют очень важные роли и игнорировать их не совсем разумно.

Опирайтесь же в речах только на нисходящий пафос, конечно, можно, но опять-таки тогда мы добровольно откажемся от очень сильных по эмоциональному воздействию инструментов.

Итак, суммируем.

Восходящий пафос направлен на обоснование принятия предлагаемого решения проблемы с позиций нравственности, а нисходящий – с позиций практического интереса.

Легко понять, что любая аудитория испытывает в действительности и те, и другие эмоции, имеет и духовные, и материальные интересы и мотивы, состоит одновременно и из свободных личностей, и из социально и профессионально обусловленных единиц, стремящихся к успеху. Причем традиционно более «авторитетными», оцениваемыми как более «высокие» являются именно духовные мотивы, хотя они часто имеют лишь весьма опосредованное отношение к решению конкретных задач.

Поэтому в основе пафоса выступления, ориентированного на решение задач в практической области, безусловно, будет лежать нисходящий пафос. Однако для объединения аудитории, для поднятия ее самооценки и формирования высокого уровня внутреннего согласия и положительного, созидательного настроения – как нельзя более целесообразно прибегать и к элементам восходящего пафоса.

Эта ситуация аналогична положению вещей с проявлением риторской скромности, описанному в предыдущей главе. Компенсируя очевидное для аудитории, непреодолимое превосходство демонстрацией равенства в каком-то другом аспекте, ритор повышает самооценку аудитории и вызывает к себе расположение, не в ущерб собственному авторитету, а дополняя нисходящий пафос восходящим (причем, так же, как и в это, – чем более выражены практические интересы, тем более ярко должны прозвучать духовные), мы не только «компенсируем» прагматичность интересов аудитории, но и косвенно «повышаем статус» этих интересов, связывая их с «непреходящими ценностями».

Очень схематично это можно показать вот на таком примере: проникновение на рынок дешевых импортных средств с «громкими» именами очень опасно для бизнеса отечественных производителей, потому что отечественные продукты дороже. В то же время эти средства, созданные в соответствии с существенно более низкими техническими требованиями (не потому что они там не умеют нормально делать, а поскольку до сих пор зарубежная практика

защиты информации преимущественно базировалась на экономических, а не технических способах защиты, проще говоря, на страховании рисков). Значит, они существенно снизят защищенность компьютерных систем, ведь у нас, как и 20 лет назад, экономические способы совершенно не развиты. Таким образом, практический интерес защиты собственного рынка связывается в сознании аудитории с духовно-нравственными интересами – добросовестностью, ответственностью и т. п.

На предметной области защиты информации целесообразность такого построения пафоса особенно ярко видна, ведь защита как таковая обязательно связана в сознании людей с разного рода непреходящими ценностями – такими, как справедливость, ответственность, уважение, милосердие и прочее. Люди, выбравшие своей сферой деятельности именно защиту, – ни в коем случае не забывая о том, что она имеет и безусловную, причем растущую рыночную привлекательность, – несомненно, не лишены и определенного романтизма, и благородства в плане эмоциональных характеристик, и апеллировать именно к ним, конечно, эффективно.

Более того, обращение к так называемым светлым сторонам личности, заставляет аудиторию почувствовать себя «выше» – благороднее, самоотверженнее, честнее, а за это она обязательно будет благодарна ритору и с большей вероятностью предпочтет его решение решению того, кто аргументировал свою позицию исходя исключительно из прагматических выкладок.

Однако очень важно помнить, что если в обращении к восходящему пафосу мы будем звучать фальшиво или неуместно, то эффект, произведенный на аудиторию, будет существенно хуже, чем если бы мы к этому пафосу не обращались вовсе.

Точно так же компрометирует ратора слишком сильный пафос – если в аудитории не удастся вызвать адекватную по интенсивности эмоцию, мы будем выглядеть просто глупо. Поэтому нужно обязательно оценить аудиторию с точки зрения того, какого уровня эмоций мы вообще можем от нее добиться, и обязательно контролировать свои собственные речевые эмоции.

Еще один важный момент, который следует всегда иметь в виду: несмотря на то, что без пафоса практически невозможно принятие

решения, крайне нежелательно прибегать к искусственному пафосу. Если мы построили речь и поняли, что пафос невнятен или вовсе отсутствует, неверно отдельно придумывать эмоциональную сторону речи (например, за счет каких-то волнующих примеров или эмоциональных призывов). Пафос должен быть *непосредственной основой замысла*. Ведь всякая речь строится *для чего-то*, и именно это *что-то* достигается за счет пафоса – хорошо понятно, что «наложенный» пафос никаким образом не сделает речь эффективной, поскольку не будет связан с лежащим в ее основе предложением.

Стало быть, пафос является основой замысла и непосредственно вытекает из той задачи, для решения которой мы строим выступление.

В качестве примера комбинирования нисходящего и восходящего пафоса в Приложении приведен отрывок статьи по защите информации.

IV. ЛОГОС: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ ЦИКЛ АРГУМЕНТАЦИИ

Одним из обязательных требований к целесообразному публичному высказыванию является требование целостности и завершенности. Каким образом можно судить о том, что речь получилась целостной и завершенной? Ведь, так или иначе, все, имеющее протяженность, имеет начало, середину и конец. Если от отрезка (несомненно, имеющего начало, середину и конец) отделить часть, то оставшаяся часть все равно будет иметь начало, середину и конец. Получившийся объект тоже будет отрезком.

На произведение словесности такое правило не действует. Речь, в которой отсутствует вступление, или заключение, или сбалансированного размера основная часть (особенно если она слишком короткая), обязательно звучит негармонично. Восприятие информации на слух человеком имеет свои закономерности, и, следуя им, мы обеспечим своей речи и лучшее усвоение, и более легкое и дружественное восприятие аудиторией.

Для этого во вступлении необходимо сказать о том, о чем пойдет речь в выступлении и почему именно об этом. Тогда аудитория сможет правильно настроиться и охватить заранее предмет обсуждения, чтобы не упустить главного, сосредоточившись по ошибке на второстепенном.

В заключении же необходимо подвести итоги, еще раз сформулировать в запоминающейся форме главную мысль и в явном виде высказать свое предложение.

Классическая композиция речи такова, как в приведенной в Приложении учебной речи на эту тему. На этом примере можно потренироваться в выделении частей речи и попробовать добиться гармоничного звучания при удалении, сильном сокращении или перестановке этих частей.

Как мы уже установили, во вступлении речи в основном проявляется риторический этос – устанавливается контакт с аудиторией, а в заключении – риторический пафос – на аудиторию

оказывается эмоциональное воздействие, чтобы подготовить ее к принятию решения.

Однако в большинстве случаев ситуация публичной речи связывает нас с людьми вменяемыми и думающими, поэтому для установления доверия не достаточно только контакта, а для присоединения – только эмоционального воздействия.

Помимо *воздействия* на аудиторию к ней необходимо применять методы *убеждения* непосредственным содержанием речи.

Приемы убеждения – это область задач логоса.

Итак, то, *о чем* мы говорим в нашей речи, определяется ее *целью*. Именно целью определяется конкретная тема речи, идея, которая лежит в ее основе.

Содержание же – понятие существенно более высокого уровня абстракции, чем предмет, тема, идея и т. д. Для того чтобы получить представление об этом феномене, не углубляясь в филологические понятия, достаточно представить себе некую абстрактную «речь вообще» – можно сказать, платоновскую идею речи – и попытаться проанализировать, каково может быть ее содержание. Легко установить, что содержательная сторона речи, по сути, исчерпывается тремя возможностями – разговор может идти:

- о принципах и исходных положениях,
- о фактах,
- о решениях.

Так происходит не потому, что это *правило*, а потому, что просто нет вариантов содержания, которые нельзя было бы свести к одному из этих трех.

То, что эта классификация исчерпывающая, косвенно подтверждается абсолютно точным наложением на нее классификации с точки зрения времени: настоящего, прошлого и будущего (думается, не надо доказывать, что, в свою очередь, категория времени этими возможностями точно исчерпывается).

Аргументация *о принципах и положениях* касается непосредственно *момента речи*: мы считаем, что вот сейчас, когда мы говорим, верно то или иное утверждение (положение вещей), мы исходим из тех или

иных принципов – *сейчас*. Это, кстати, отнюдь не противоречит ни тому, что те или иные принципы с нашей точки зрения верны всегда, а какие-то – могли быть не верны или могут стать не верны. Это все так, но, если что-то мы позиционируем как основу текущих рассуждений и выкладок, значит, *сейчас* считаем это верным.

Аргументация *о фактах* касается *прошлого*, так как факт – это то, что уже состоялось до момента речи (это, кстати, буквальный перевод с латыни – *fact-* – это основа супина (это такое грамматическое время) от глагола *facio* – делаю, то есть это означает «сделанное»). В этом смысле интересно, что и некий принцип, утративший актуальность, не признаваемый верным сейчас, становится уже *не принципом, а фактом* прошлого.

Аргументация *о решениях и последствиях* касается *будущего*, того, что произойдет или будет предпринято *после речи*.

Если проанализировать с этой точки зрения содержание реальных речей, то будет хорошо видно, что все то, что не относится ни к одному из этих типов содержания, является лишь техническими механизмами – логическими или формальными связями или речевыми украшениями.

Попробовать это сделать можно на примере речей, приведенных в Приложении.

Выделенные типы содержания в риторике имеют традиционно сложившиеся названия:

Показательная аргументация – установление принципов и ценностей, на основе которых обсуждаются проблемы. При этом они рассматриваются как не зависящие от меняющихся обстоятельств, актуальные.

Судительная аргументация – установление, анализ и оценка фактов.

Совещательная аргументация – обсуждение предложений, последствий их принятия или непринятия, выработка решений.

Эти названия вполне отражают суть содержательных типов: *показательная* аргументация призвана *показать*, что исходные положения и принципы ратора и аудитории близки или совпадают; *судительная* – вынести общие для аудитории и ратора оценки прошлого, имеющемуся опыту, вынести суждения о них; а *совещательная* – помочь аудитории осознанно и добровольно принять задуманное ратором предложение как *совместное, общее решение*.

Нельзя не заметить, что получившаяся классификация перекликается как с задачами достижения доверия, согласия и присоединения аудитории, так и с тем, какого рода информацию при составлении речи принято располагать во вступлении, в основной части и в заключении. Это совершенно естественно, если учитывать, что все эти деления касаются одного и того же предмета, просто описывают его с разных точек зрения.

Все это вместе и создает тот самый содержательный костяк, общую схему речи, на которой и будут реализовываться все конкретные приемы.

Таким образом, *полный содержательный цикл аргументации состоит из последовательного развертывания показательной, судительной и совещательной аргументации в речи.*

Достаточно очевидно, что развертываться они должны именно в такой последовательности, поскольку исходные положения имеет смысл обсуждать только в начале, не обсудив их и не договорившись о принципах рассмотрения вопросов, очень трудно избежать разного рода недопониманий. Принимать же решения о дальнейших перспективах имеет смысл именно в конце, после того, как осмыслены все факты и даны все оценки. Более того, после принятия решений продолжать обсуждение принципов или фактов – несколько странно.

Довольно предсказуемо, что в зависимости от конкретной ситуации речи – обстоятельств, назначения, аудитории, места данной речи в ряду других – тот или иной тип аргументации может в выступлении преобладать.

Самые простые и очевидные примеры напрашиваются исходя из самих названий типов:

показательная аргументация преобладает в выступлениях презентационных, хвалебных, поздравительных или надгробных;

совещательная – в выступлениях на разного рода совещаниях, обсуждениях совместных планов, особенно в устоявшихся коллективах, когда нет необходимости ни в демонстрации общности принципов, ни в обсуждении фактов и событий, опыт в отношении которых у коллектива общий.

Несколько провокационная ситуация с *судительной* аргументацией: казалось бы, если ориентироваться на название, она должна преобладать в судебных речах – защитников или обвинителей. Действительно, по объему она занимает, безусловно, основную часть таких речей, однако здравый смысл подсказывает, что все-таки основной по важности в них является совещательная часть, ведь и защитнику и обвинителю необходимо в первую очередь добиться желаемого исхода дела, а не просто рассказать о фактах. Действительно же преобладающей – безо всяких оговорок – судительная аргументация является в докладах, отчетах, исторических справках и тому подобных речах, задача которых состоит именно в ознакомлении с неизвестными аудитории фактами.

Для того чтобы правильно спланировать, как, в каком соотношении должны сочетаться показательная, судительная и совещательная аргументации в той или иной речи, нужно просто достаточно четко сформулировать для себя задачу выступления и проанализировать, *в области какого типа содержания лежит наиболее важная для решения этой задачи информация.*

Для тренировки очень полезно попытаться составить три разные речи на одну и ту же тему – с преобладанием каждого из типов аргументации, продумав, при каких обстоятельствах, перед кем и с какой целью они могли бы быть произнесены.

Образец такого упражнения приведен в Приложении.

V. «ОБЩИЕ МЕСТА»

Необходимость исходить из принципов, разделяемых аудиторией, о которой уже многократно шла речь, в некоторых случаях может ставить перед ритором весьма нетривиальные задачи, поскольку выступать случается перед самыми разными аудиториями. Но даже если мы не согласны с аудиторией практически во всем, мы *должны* найти с ней *что-то общее* и приводить *именно к этому* всю аргументацию.

Для того чтобы это сделать, надо представлять себе, *что аудитория считает благом*.

Как это можно узнать? На самом деле способов довольно много. По сути, именно для этого, хотя в это иногда трудно поверить, проводятся разного рода маркетинговые исследования и соцопросы. Однако, как правило, в нашем случае это не совсем те методы, которые могут серьезно помочь.

Достаточную для эффективного публичного выступления информацию о представлениях аудитории мы почти всегда можем получить, если вообще *хоть что-то* знаем о том, *кому будет адресована наша речь*.

Для того чтобы не полагаться на интуицию, а делать это более или менее системно, имеет смысл проанализировать, как мы вообще узнаем о том, что такое хорошо и что такое плохо.

Маяковский предполагал (и отразил в одном из своих самых известных произведений) такой алгоритм:

Крошка сын к отцу пришел.

И спросила кроха:

«Что такое хорошо

И что такое плохо?»⁴

⁴ Маяковский В. В. Что такое хорошо и что такое плохо // РусСтих. Стихи классиков [электронный ресурс]. URL: <https://rustih.ru/vladimir-mayakovskij-chto-takoe-xoroshho-i-chto-takoe-ploxo/> (дата обращения: 10.09.2021).

Вряд ли именно так кому-то удалось получить определяющие установки для своей жизни – просто потому, что ни один человек не способен рассказать другому (особенно ребенку) в двух понятных словах сразу все о таких серьезных вещах. Однако откуда-то мы все-таки знаем, что хорошо, а что плохо, и, даже рассуждая об *относительности* добра и зла, о свободе воли, а может быть, и о добре с кулаками, принуждении к миру и Бог весть, о чем еще, сами для себя каждый факт или поступок мы, как правило, квалифицируем, пусть и с известными оговорками, как хороший или плохой. Значит, откуда-то знаем.

Возможность, что нравственное чувство у человека врожденно и заложено свыше, очевидно, придется отбросить, поскольку для разных людей понятие «хорошего» часто оказывается настолько различным, что трудно поверить в искренность людей, убеждающих, что *хорошо*, например, перед наступлением весны относить прадедушку по достижении им определенного возраста в горы и оставлять его там «встречать весну».

Раз понятие о хорошем может довольно сильно различаться, значит, оно не трансцендентально, *а чем-то обусловлено* и имеет какой-то источник.

Многое мы узнаем на личном опыте – когда нас за что-то похвалили или отругали. Однако никак нельзя согласиться с тем, что мы можем оценить только то, что уже *попробовали сами*. Тем более что, случается, ругают или хвалят зря.

Представление о том, как оценивается тот или иной поступок, мы получаем, *наблюдая* окружающую действительность, разговаривая с уважаемыми нами людьми, мы видим перед собой какие-то отрицательные или положительные *примеры*. Делать вывод о нормах и правилах, принятых в обществе, нам дают возможность образование, средства массовой информации, книги.

Обобщая, нетрудно сделать вывод о том, что наши представления о хорошем и плохом, помимо личных склонностей, сформированы *культурой*, к которой мы принадлежим.

Однако хорошо понятно, что невозможно сказать (и даже подумать) «из культуры я узнал, что...». Для того чтобы было

возможно почерпнуть «из культуры» какие-то представления, они в ней должны быть как-то *зафиксированы*.

Трудно представить себе, вместе с тем, некий «свод законов и правил культуры N». Вполне очевидно, что разного рода юридические своды вовсе не являются исчерпывающими описаниями культурных норм, а представляют собой достаточно узкоспециализированный феномен, имеющий отношение только к одному из её проявлений. Они фиксируют, не что хорошо и что плохо, а что *законно* и что *незаконно*.

Культура – понятие сложно и даже иерархически организованное.

Самая высокая степень обобщения и, как мы видим, самые резкие различия и разногласия характеризуют *конфессиональную* культуру. Необходимо сразу подчеркнуть, что речь не идет о культуре религиозной и о религиозности вообще. Конфессиональная культура, безусловно, связана с религией, лежащей в основе той или иной конфессии, но в наше время связь эта весьма опосредована – конфессиональная культура несомненно шире, и включает в себя вопросы, далекие от вероисповедания. В рамках конфессиональной культуры воспитываются и проникаются ею как воцерковленные, так и вполне светски ориентированные люди, даже и вовсе, может быть, неверующие, или «стихийно верующие», не имеющие на этот счет каких-либо убеждений. Нельзя обойти молчанием тот факт, что культура собственно религиозная на момент написания этих строк является не просто заметным фактором влияния на жизнь и установки людей, но фактором, влияние которого пугающе растет. Однако в рамках курса прикладной риторики для специалистов по защите информации представляется обоснованным ограничиться в этом отношении советом по возможности не обращаться к этой области отношений в своих публичных выступлениях, так как она слишком ярко эмоционально окрашена и иррациональна для того, чтобы ее можно было целесообразно использовать в профессиональной деятельности. Исключением, без сомнений, являются ситуации, в которых нельзя молчать. Но они не связаны с профессиональной деятельностью, и не должны регулироваться никакими учебниками.

Следующий вид культуры – *этническая* (не будем называть её национальной – не только из соображений политкорректности, но и

потому, что национальная культура – понятие несколько более узкое и в наше время не всегда актуально идентифицируемое, его уместнее применять в историческом аспекте). Этнической в этом контексте называем культуру, которая объединяет людей, связывающих себя с той или иной страной, с тем или иным народом в историческом и культурном смысле (это не обязательно граждане, могут быть и эмигранты, и уж конечно, не обязательно какая-либо специальная генетика для того, чтобы связывать себя скорее с Пушкиным⁵, чем с Маркесом, или наоборот). Конфессиональная культура может включать в себя несколько этнических. Как это и резонно предполагать для соотношения системы и подсистемы, различия этнических культур в рамках одной конфессиональной существенно менее глубокие, чем различия конфессиональных между собой. Достаточно сравнить представления о добре и зле людей, воспитанных в буддистской, мусульманской и христианской культурах (не путать с религиозными, воцерковленными представителями этих религий), и представления по тем же вопросам, скажем, французов и испанцев.

Еще один тип культуры – культура *местная*. Безусловно, на каком-то уровне детальности рассмотрения теми или иными уникальными чертами наверняка возможно охарактеризовать культуру любой местности, и сужать эту «местность» можно хоть бы и до комнаты в общежитии или даже отдельно взятого человека. Однако для наших целей имеют значения такие проявления местной культуры, которые имеют ярко выраженные черты, противопоставляющие данную культуру какой-то другой. Это такие случаи, как Москва и Санкт-Петербург, восток и запад Украины, Север и Юг Италии и т. п.

Тип культуры, учитываемый реже, но очень важный для обнаружения общей платформы с аудиторией, – это культура *профессиональная*. Довольно очевидно (и даже странно, что мы не всегда имеем это в виду), что, скажем, врачи, педагоги, юристы, бизнесмены или журналисты ведут себя в одинаковых ситуациях исходя из разных принципов и на основе тех же разных принципов оценивают поступки других людей.

⁵ Да, неслучайно именно Пушкин, потому что биология тут вообще не при чем.

Есть такая давно известная этическая задачка, которая, тем не менее, редко кого может оставить равнодушным. Представим себе, что терпит крушение корабль, а в лодке хватает места не всем пассажирам. И вот место в лодке занимает пожилой мужчина, но оказывается, что не помещается – беременная женщина. Как оценивается поступок мужчины, который не уступил свое место в лодке беременной женщине?

Как правило, первая реакция на эту ситуацию однозначна: мужчина поступил просто отвратительно, и уму непостижимо, как вообще можно было так поступить. Кстати, с точки зрения юриспруденции человек имеет полное право *в первую очередь* защищать собственную жизнь, и его действия во имя защиты собственной жизни принципиально правильны и не могут осуждаться.

Христианская конфессиональная культура явно толкает нас к тому, чтобы такое поведение осудить. Однако был бы хорошим со стороны молодой женщины поступок обречь на верную гибель пожилого мужчину? Но женщина ждет ребенка – спасая себя, она спасает не одну, а две жизни, и стоит перед выбором – спасти чье-то отца и деда, или своего малыша. Но каждый день рождаются какие-нибудь дети, а этот пожилой мужчина, может быть, великий ученый, у которого как раз близится к завершению исследование, способное подарить людям бессмертие. А если, например, пассажиры корабля принадлежат культуре, в которой женщины несопоставимо менее важны, чем мужчины? А если, напротив, они принадлежат к культуре матриархата?

На примере этой «неразрешимой» задачи очень хорошо видно: решить этическую проблему можно только *для себя*, а оценивать решение (свое или другого человека) мы будем исходя из *своей* принадлежности к той или иной культуре.

Точно так же будет действовать и аудитория, поэтому в основу своей речи обязательно нужно положить принципы, близкие ее культурной самоидентификации.

В этом смысле чем большее количество уровней из «иерархии типов культур» нам удастся определить для данной аудитории, тем точнее мы сможем соответствовать ее представлениям о благе.

Однако вернемся к вопросу о том, как же в культуре зафиксированы ее нормы. Приведенная иерархия дает нам следующее – это Уголовный кодекс, Священное писание, клятва Гиппократ, разного рода «народная мудрость» и т. п. И гораздо более обширный и всеобъемлющий источник – это *литература*.

Ответ на вопрос, как найти то, что объединит ратора и аудиторию, покажет ей, что они – заодно, оказывается удивительно прост: надо много читать.

Именно «вечные вопросы», которые поднимаются в литературе, и ответы на них – это и есть то, что определяет ту или иную культуру и заставляет нас относить себя именно к ней: свобода и анархия, порядок и диктатура, закон и мораль, любовь и долг, справедливость и милосердие и т. п.

Если мы проанализируем, как мы сами узнаем «своих» в кругу незнакомых людей, то станет ясно – по произносимым ими или по реакции на произносимые кем-то высказывания, касающиеся таких вот «вечных вопросов».

В области словесности, и в частности в риторике, такие высказывания называются «общими местами» или греческим аналогом: «топосы» (τοπος – место, *греч.*). Метафора названия достаточно понятна – это точка, в которой мы сходимся, общая для нас, *общее место*:

Дети должны слушаться родителей.

Мы в ответе за тех, кого приручили.

Худой мир лучше доброй ссоры.

Топос – это ценностное суждение, воспринимаемое в данной культуре как истинное.

Основные пункты этого определения такие:

- *суждение* (стало быть, нечто вербально выраженное, сформулированное, а не просто мысль);
- *ценности* (оно касается не чего угодно, а именно тех понятий, которые в данной культуре считаются ценностными);
- *данная культура* (хорошо понятно, что то, что в рамках одной культуры является общим местом, для представителей другой

может быть вовсе не понятным, как, например, случилось с одной преподавательницей русского языка как иностранного, задавшей группе студентов из Кореи в качестве внеклассного чтения «Муму», – недоумение студентов по поводу этого рассказа поставило ее в довольно сложное положение);

- и наконец – *истинное*. Важно, что кроме того, что выбранное вами ценностное высказывание должны вообще восприниматься в рамках данной культуры как *ценностное* (собака – компаньон, а не еда, *поэтому* потерять ее больно), оно должно восприниматься еще и как *истинное*. Ценностное суждение «Россия – для русских» будет восприниматься как ценностное и теми, кто считает именно так (то есть для кого оно истинное), и теми, кто считает, что это мерзость.

В классической риторике принято делить топосы на общие и частные, понимая под первыми топосы, актуальные для конфессиональной культуры, а под вторыми – актуальные для остальных типов культур – так называемых частных культур.

В отличие от зафиксированных в литературе разного рода общих топосов, частные существуют в виде так называемых «неписанных законов» и познаются в ходе практической деятельности внутри данной культуры – работы в определенной профессии, жизни в определенном месте, принадлежности к определенному коллективу и т. д. Начиная жить в «чужом монастыре», человек со временем узнает его «устав» и перестает быть чужим.

На этот предмет есть социологическая притча о выработке социальных норм поведения: 5 обезьян сажают в клетку, где к потолку привешены бананы, а на полу валяется палка. Со временем обезьяны догадываются, что палкой бананы можно сбить. Но каждый раз, как только какая-либо из обезьян берется за палку и пытается сбить банан, всех их поливают ледяной водой под большим напором. Обезьяны прекращают попытки. Двух обезьян заменяют на новых. Те рано или поздно пытаются сбить палкой бананы, но остальные кидаются на них и не дают им это делать, опасаясь ледяного душа. Заменяют еще двоих обезьян. Со временем, когда в клетку уже не остается ни одной обезьяны, которую бы поливали холодной водой, на вновь прибывших

новичков, пытающихся добыть бананы, все равно кидается вся клетка. Потому что тут так заведено.

Человек, конечно, образ и подобие, а никак не обезьяна. Однако в ходе практической деятельности в определенных условиях он обязательно становится носителем данной частной культуры и, соответственно, ее топосов.

Поэтому частные топосы – это очень яркие маркеры, которые позволяют передать сообщение «мы с тобой одной крови», и, кстати, получить его. Это не менее важно, поскольку, прочитав в этом «пинге» неприемлемые для себя параметры, мы, *поскольку мы не обезьяны*, можем послать опасения сокамерников к черту и сбивать бананы, даже несмотря на ледяной душ. Именно это делает нас людьми, а толково использовать палку может и обезьяна.

Отставив в сторону метафоры, я выражусь определеннее: если то, что звучит в частной топике (топика – это система топосов) того общества, в которое вы стремитесь войти, вам не нравится, – не пропускайте этот сигнал, это важно. Это говорит о том, *как именно у них там заведено*.

В связи с делением топосов на общие и частные возникает вопрос, существуют ли *универсальные* топосы – топосы, общие для представителей разных конфессиональных культур, или вообще для всех без исключения людей. На этот вопрос существуют разные точки зрения, особенно сейчас, когда политически острой является тема (одно-, дву-, много-)полярности мира. Каждый волен иметь свое мнение на этот счет, но важно понимать, что если нашей *практической целью* является достижение присоединения носителей другой конфессиональной культуры, то, как бы мы ни относились к их убеждениям, очевидно, *придется их учесть*, чтобы не попасть в сложное положение, аналогичное ситуации с рассказом «Муму».

Прежде чем готовить речь для такой аудитории, необходимо хотя бы в общих чертах ознакомиться с тем, что составляет основу их представлений о мире и выбрать что-то, что могло бы послужить основой для присоединения. Если же собственные убеждения риторы настолько категоричны, что общее место найти не удастся, то от речи лучше воздержаться, поскольку присоединение вряд ли может быть достигнуто в таких обстоятельствах.

Конечно, для того чтобы получилось эффективное публичное высказывание, надо не только *понять*, что у нас с аудиторией может быть общего, но и *целесообразно использовать* это в речи.

Для того чтобы построить правильную риторическую аргументацию, необходимо последовательно решить три задачи:

- 1. Сформулировать собственную главную мысль – предложение.**
- 2. Подобрать подходящий по смыслу топос.**
- 3. С помощью доводов сблизить собственное предложение с топосом.**

Почему следует делать именно так – подсказывает здравый смысл: топос – это то, что воспринимается как истинное, следовательно, сблизив свое предложение с чем-то, воспринимаемым как истинное, мы, разумеется, сделаем его существенно более убедительным.

Однако, *как* сделать так, чтобы привести свою мысль к общему месту – вопрос более сложный.

В первую очередь, *как* подобрать подходящий топос?

По сути, топос состоит из пары (реже – одного) ценностных понятий и какого-то установленного между ними (или к нему, если оно одно) отношения. То есть, как всякая система (а, являясь квинтэссенцией культурной нормы, топос, безусловно, представляет собой систему), топос состоит из элементов и связей (среда – третий компонент системы – тоже имеет место, но рассуждение об этом уведет нас от практической составляющей, здесь и сейчас это не важно).

Подобрать подходящую по смыслу к предложению пару элементов – задача решаемая, если в принципе понимать, *о чем, собственно, готовится речь и что мы предлагаем.*

Но для одних и тех же понятий можно, как правило, подобрать целый ряд топосов, и многие из них, конечно, совершенно не подойдут для построения целесообразной речи (или подойдут исключительно формально, что следует приравнять к «не подойдут»). Для того чтобы красиво привести к топосу свое предложение, нужно очень точно

понять, какова связь между элементами нашего собственного предложения – связь понятий, формирующих топос, должна быть такой же или очевидно аналогичной.

В работе с топосами как нельзя более ярко высвечивается необходимость понимать собственные слова *точно*. До тех пор, пока предложение формулируется хоть в какой-то степени случайно, «как получилось», – нужный топос получится только *угадать*, а привести к нему предложение с помощью осмысленно подобранных доводов вообще вряд ли удастся.

Разобраться с отношениями между понятиями довольно легко, поскольку в отличие от элементов, которых может быть бесконечно много (поскольку их источник – культура – сама по себе не статична и неисчерпаема), связей – конечное и вполне обозримое количество.

Они группируются в 3 типа:

- **определение,**
- **отношение,**
- **обстоятельство.**

1. Определение – это тип связи, при котором элементы сводятся как полностью или частично идентичные либо разводятся как неравнозначные или относящиеся к разным общим категориям. Важно не путать определение как тип связи с научными определениями, которые характеризуются жесткими требованиями и относятся преимущественно лишь к одному из видов определений.

Видов отношений определения 7.

1) **Сущность.** К этому виду относятся указательные или образные определения: «Вот это – круг», «Архитектура – это музыка в камне».

2) **Имя.** Этот вид определения очень похож на предыдущий, но с одним существенным отличием – имя условно (мы можем назвать что угодно так, как угодно): «Это называется свинство», «Хорошее дело браком не назовут».

3) **Тождество.** Это отношения частичной или полной равнозначности: «голод – не тетка», «старость – не радость». Обратим

внимание – полная неравнозначность – это тоже отношения равнозначности.

4) **Признак.** Это отношения, при которых один элемент является свидетельством другого: «бьет – значит, любит».

5) **Взаимосвязь.** Это отношения между элементами, непременно требующими один другого (право–лево, верх–низ и тому подобные): в определении «Киса Воробьянинов – отец русской демократии» – установлены отношения взаимосвязи «отец–ребенок», стало быть, имеем в виду, что другими словами мы сказали, что русская демократия – это ребенок Кисы Воробьянинова. Образ очень емкий. Об этой второй стороне связи нужно всегда помнить, используя определения этого вида.

6) **Род/вид.** Это именно тот вид определений, по которому строится большинство определений в научном смысле слова, устанавливается, к какому классу предметов или понятий относится определяемое, и называются дифференциальные признаки, по которым в этом классе его можно однозначно выделить: «равносторонний треугольник – это треугольник, все стороны которого равны». Некоторые определения вида *род/вид* строятся через перечисление видов в роде: «кошки делятся на длинношерстных, короткошерстных и лысых». Такие перечисления важно не путать (а еще важнее – не смешивать) с определениями вида *часть/целое*.

7) **Часть/целое.** Это определение понятия через его составные части: «треугольник – это три стороны и три угла между ними», «кошки делятся на голову, туловище, 4 лапы и хвост». Различить *часть/целое* и *род/вид* – просто. *Часть/целое* – это «X состоит из...», а *род/вид* – «X бывают...».

2. **Отношение** – это тип связи, при котором устанавливаются сходства, различия, взаимные зависимости и оценки понятий.

Можно выделить 5 видов отношений.

1) **Сравнение.** Этот вид отношений предполагает наличие какой-то шкалы значений по определенному признаку, по которой понятия сравниваются, – больше/меньше, лучше/хуже, темнее/светлее: «Хрен редьки не слаще» (зато, возможно, легче или, например, длиннее), «Старый друг лучше новых двух».

2) **Сопоставление.** Это сравнение понятий по определенному признаку, но уже не по шкале: голубой/зеленый, красивый/полезный. Можно сказать, что если сравниваются адекватные один другому элементы, то сопоставляются – не адекватные: «за морем телушка – полушка, да рубль перевоз». Сравнение проводится по каждому признаку отдельно (если есть несколько), а сопоставляются сразу совокупности признаков.

3) **Противопоставление.** Такие отношения могут связывать только те понятия, которые являются жестко зафиксированной парой: белое/черное, мужчина/женщина, небо/земля.

4) **Несовместимость.** Эти отношения принципиально отличаются от противопоставления тем, что предполагают обязательный выбор одного из двух, – эти понятия взаимоисключающие: «либо пан, либо пропал». В определенных контекстах противопоставленные понятия могут находиться в отношениях несовместимости (например, в рамках определения пола конкретного человека в конкретный момент *мужчина* и *женщина* – понятия несовместимые, а так вообще-то мужчины и женщины вполне хорошо совмещаются). Далеко не всегда несовместимы понятия – исходно противопоставленные: упомянутые «пан» и «пропал» вне контекста поговорки таковыми явно не являются.

5) **Совместимость лица и поступка.** Это так называемый «аргумент к человеку»: «все женщины думают одинаково», «врач бы никогда так не поступил».

3. **Обстоятельство** – это тип связи, при котором дается представление о предмете или явлении либо его характеристика.

Видов обстоятельств 5.

1) **Место.** Ответ на вопрос «где?» – здесь, между А и В, перед, за и т. д.

2) **Время.** Ответ на вопрос «когда?» – сегодня, до, после.

3) **Основание.** Это отношения причины, цели, следствия, условия и пр.

4) **Средство.** Эта связь между понятиями, как правило, используется в топосах для того, чтобы охарактеризовать сложность

или значимость цели: «из пушки по воробьям», «всем колхозом...», «флот и авиация были брошены...».

5) **Образ действия.** Это, в свою очередь, характеризует деятеля с точки зрения его компетентности: наугад, с песней (сравним, средство – *лопатой*, а образ действия – *быстро*).

Если препарировать таким образом свою собственную главную мысль и тот топос, который кажется нам подходящим, то, во-первых, мы легко убедимся, действительно ли он подходит или наоборот – полностью противоречит нашему предложению, а во-вторых, сможем легко привести одно к другому, поскольку логические связи между ними станут нам очевидны.

Для того чтобы научиться формулировать точнее желаемую главную мысль, имеет смысл потренироваться в подборе топосов на определенные пары элементов и анализе связей между ними в данном топосе, а также попробовать варьировать топосы на основе одних и тех же элементов за счет изменения связей. При этом необходимо только помнить, что топос – это не любая осмысленно звучащая фраза, а ценностное высказывание, воспринимаемое в данной культуре как истинное.

Примеры работы с топосами приведены в соответствующем разделе Приложения.

В заключение разговора об «общих местах» необходимо вернуться к иерархии культур, которую мы практически забросили, позиционировав источником топики литературу и «неписанные правила». Вообще говоря, для практических ораторских целей, особенно, если они будут сводиться преимущественно к выступлению перед аудиторией, говорящей с вами *на одном языке* – не только в переносном, но и в прямом смысле, этого достаточно. Однако, как уже упоминалось, публичная речь – устная или письменная – это сотрудничество ратора и аудитории, поэтому представляется совершенно необходимым дать вам в руки и инструментарий *анализа текста*, хотя бы в самом общем виде.

Итак, литература дает нам топику уровня конфессиональной культуры, в редких случаях – несколько более универсальную. Дело в

том, что (если посмотреть на вещи объективно, а не с точки зрения того, как хотелось бы, чтобы было) той «мировой литературой», которая является источником наших ценностных представлений, является литература, созданная в рамках христианской конфессиональной культуры. Я не случайно прибегаю к таким многоэтажным формулировкам, а не называю эту литературу «христианской». Дело в том, что христианская литература – это литература, явно несущая христианские ценности, *провозглашающая* их, если так уместно будет выразиться. Литература же, о которой я веду речь, содержит проявления христианской конфессиональной культуры имплицитно, иногда даже через прямое их отрицание. Человек, который, отрицая Бога, говорит: «Бога нет», – отрицает явно не Афродиту. На этом не будем подробно останавливаться (если эти вопросы вас заинтересовали, подумайте о них или почитайте что-нибудь), так как иначе эта тема заведет нас довольно далеко от прикладной риторики.

Все, кроме литературы и нормативно-правового регулирования, можно считать «неписанными правилами», и это, конечно, слишком широко, чтобы дать хоть какую-то ясность. Чем уже круг носителей культуры, тем большего проникновения в этот круг требует владение его топикой, поэтому дать в отношении местной, профессиональной и более узких культур совет более общего характера, чем наблюдать за сообществами, с которыми могут быть связаны ваши цели, и формировать как можно более полное представление о них, – не представляется возможным. Иное дело с культурой этнической.

Как же проявляет себя топики, связанная с этнической культурой? Что использовать в качестве ее источника? В каком-то смысле, разумеется, литература тут тоже вполне уместна. Литературу каждого языка (это странное выражение подразумевает, с одной стороны историческое значение слова «язык» – народ, а с другой – тот факт, что корпус русской, французской, испанской, и так далее – литературы (исключением является, вероятно, разве что английская, по понятным причинам)) составляют не произведения, написанные *людьми той или иной национальности*, а произведения, написанные *на этом языке*. Так вот, литература каждого языка, безусловно имеет существенные отличительные черты, это очевидно всем, кто читает, а далеко не только литературоведам. Однако, культурный фон (или выражаясь

современно – бэкграунд) большинства людей складывается не только из национальной литературы. Мы можем этого не замечать, пока не задумаемся, но нашу личность не в меньшей мере, чем Тургенев и Чехов, формируют Льюис Кэрролл, Жюль Верн и Курт Воннегут. И этих фамилий очень и очень много.

То же можно сказать и о праве – правовые нормы в мире в значительной мере универсализированы и, не стоит скрывать от самих себя, из-за этого они входят в существенные противоречия как раз-таки с этническими и местными культурами. Именно поэтому мы снова и снова пускаемся в обсуждения, имеем ли мы право, руководствуясь законами, мешать, например, похищать, насильно удерживать и насильно выдавать замуж девушек и маленьких девочек, а также делать им калечащие операции против их воли, если эти действия освящены традицией народа. Где-то нормы права находятся в соответствии с этнической культурой, отражают или даже в чем-то определяют ее, а где-то продиктованы политической необходимостью притвориться или подчиниться. Во всяком случае, стать источником топосов право может только в очень ограниченном числе контекстов, как правило таких, в которых речь вообще может идти скорее о формальном, чем искреннем присоединении, и задача ратора скорее *оказать давление*, чем *убедить*. И, кстати, для профессионального дискурса, который нас в первую очередь интересует, это тоже именно так: если мы хотим показать, что вне зависимости от предпочтений и убеждений аудитории, будет так, а не иначе, мы ссылаемся на нормативную базу (конечно, тут уже речь будет идти не о международном праве, а о нормативной базе отрасли), если же мы хотим добровольного присоединения, то нормативной базой свои доводы только подкрепляем, а основываемся на других.

Этническая же культура наиболее ярким и влиятельным образом проявляет себя на уровне *мифов*. Миф в обыденном, традиционном понимании этого слова связан с архаичными формами культуры, древними традициями толкования сложных явлений в форме устных нарративов – чего-то типа фольклора. На самом деле это не так, миф – это *содержание*, а не форма. Не рассказ с некоторым сказочным или поучительным сюжетом, а *представление о закономерностях мироустройства* (которое, конечно, как правило, передается от

человека к человеку именно текстом, и в архаичных культурах как раз именно в сюжетных текстах – легендах, былинах и прочем эпосе). В первую очередь в жизни каждого человека слово «миф» появляется в сочетании «мифы Древней Греции», так вот если на этом примере, то миф как культурный феномен – это не как Зевс украл Европу, а то, что молнии – это проявление его гнева.

В идеальном мире мифологическое сознание должно смениться научным, или рациональным, и вопрос с мифами должен закрыться навсегда по мере победного шествия просвещения по миру. Однако вполне очевидно, что шествие просвещения по миру не такое уж и победное, и более того, даже весьма и весьма просвещенные люди, как выясняется, просто неспособны сложить *полностью всю картину мира* исключительно рационально. Нет смысла здесь рассуждать о том, почему – предположим, просто потому, что возможности человека ограничены (хотя они, конечно, безграничны).

Так или иначе, человек *дистраивает* свою картину мира там, где у него не хватает рационального материала, мифами, потому что ему нужно иметь *ощущение понимания* тех сложных связей и отношений между явлениями, которые он наблюдает (или воображает).

Мифы, разумеется, далеко не всегда носят волшебный характер, многие из них совершенно прагматические («если долго мучиться, что-нибудь получится» во всех вариантах – от «терпенье и труд все перетрут» до американской мечты (если много работать, можно достичь всего, о чем мечтаешь); мужчины любят стерв (блондинок, дурочек и так далее); скромность украшает девушку; мужчины не плачут; добро всегда побеждает). Более того, как вы уже могли заметить по приведенным примерам – мифы далеко не всегда не соответствуют действительности. Миф всего лишь не дает рационального объяснения тому или иному положению дел, но фиксировать саму закономерность он вполне может как неверно, так и верно. Все, что мы «знаем» в виде «просто это именно так, а не иначе», без надежного доказательства – миф. В этом смысле, например, мифом (на момент написания этого раздела) является любая из теорий происхождения жизни на Земле.

Видится важным приведение такого большого числа примеров и вообще несколько избыточная на первый взгляд оправдательная риторика по поводу мифов, потому что у этого слова есть явная

отрицательная коннотация – миф, значит, ложь, вранье, причем, вероятнее всего, целенаправленное, с целью морочить и манипулировать. Мифы позволяют обманывать и манипулировать, в этом нет никаких сомнений. Но также они позволяют изыскивать в себе силы делать невозможное и не опускать руки. Если бы мы не доверяли в этом смысле мифам и требовали рациональных доказательств, мы бы много не сделали. Да и вообще, наверное, не были бы вполне людьми.

Что нужно иметь в виду в отношении мифов *со стороны риторика*.

Первое – это то, что мифов много, и не все люди руководствуются одновременно всеми, даже в целом свойственными данной культуре. Вероятно, можно с определенными допущениями говорить и об индивидуальной мифологии того или иного человека, однако в общем случае, миф – это фактор массового сознания, убеждения, продиктованные культурной традицией. Чем более тот или иной конкретный человек независим в своих суждениях (чем в большей степени ему присуща трезвость ума, о которой шла речь в разделе «Пафос»), отчасти, чем более он образован, чем шире его кругозор, тем более критически он формирует и мифологическую составляющую своей картины мира. И если «в среднем» у нас принято считать, например, что все предопределено и повлиять ни на что нельзя (причем, в любом проявлении от «все, что ни делается – к лучшему» до «от нас все равно ничего не зависит»), конкретный человек может, безусловно, считать совершенно иначе. И как правило, по косвенным признакам – так же, как при анализе для формирования верного этоса, о том, какие мифы актуальны, а какие не актуальны для конкретной аудитории, возможно сделать вполне достоверные предположения.

Второе, что надо иметь в виду – это то, что современные мифы отличаются от архаических тем, что используют приемы других способов познания действительности, они не всегда – и даже редко – декларативны. Зачастую, они оформляются квазирационально. В качестве примеров достаточно упомянуть луддизм в отношении вышек 5G и выкладки о чипировании под видом вакцинации. Это крайние проявления, но примерно так же строится практически все, что начинается со слов «ученые скрывают, что...» или «британские ученые доказали...».

Третье важное обстоятельство заключается в том, что миф, как уже упоминалось выше, это не текст, не форма, а содержание. А топос – текст. То есть топос из мифа тривиальным способом – цитированием – не получается. Топос может быть только аллюзией – отсылкой к мифу. И это означает, что задача ратора – создать красивую формулировку (или позаимствовать ее, так как мифы используются в качестве топосов, разумеется, часто). С одной стороны, в этом есть определенная сложность – куда как проще взять готовое прецедентное (то есть всем известное и для всех значимое) высказывание, чем самому формулировать что-то яркое и запоминающееся. С другой же стороны, это дает некоторую свободу сформулировать топос, *чуть сместив акценты*, чтобы те, кому миф близок, его считали, а те, кому он не близок и даже неприятен, не отреагировали на такой топос слишком остро. Например, если назвать режим суверенной демократией, то одни отреагируют на демократию, другие – на суверенность, и какое-то время это может всех более-менее устраивать.

Главное же, что нужно понимать по поводу мифов *и как ратора, и как аудитории*, потребителю чужого текста: миф – это нерациональное (что не значит «плохое»!), поэтому его надо в любой аргументации *ясно видеть*. Если, апеллируя к вашему разуму, ратор опирается на мифы, он не обязательно сознательно манипулирует, ведь он и сам носитель мифологического сознания. Но, возможно, манипулирует. А возможно, ошибается. И у вас есть возможность не ошибиться вслед за ним, а осознанно принять или не принять тот факт, что система его доказательств строится на вере в громовержца. Существенная особенность мифов в том, что они имеют морально-этическую окраску, и если данный условный громовержец для вас неприемлем, то стоит *замечать*, когда вас призывают под его знамена.

Для этого воспринимаемый вами (разумеется, и создаваемый тоже, но в первую очередь все же воспринимаемый) текст необходимо анализировать на предмет того, какие мифы лежат в его основе, и как они влияют на его содержание, что именно они в нем определяют, *насколько это существенно для присоединения к предложению*. Ну а как ратор, разумеется, вы должны оценить, не использовали ли вы как источник топоса миф, неприемлемый для вашей аудитории.

Для более глубокого погружения в вопросы современных мифов, можно ознакомиться статьёй на Википедии и статьями, на которые она ссылается (их понимание не требует специальных гуманитарных знаний)⁶.

Для закрепления материала и перевода его в практическое русло выполните следующее задание:

1. Найдите новость об одном и том же событии в русском и иностранном СМИ и выявите, какие мифы определили разницу их подачи. На что именно это повлияло?⁷

2. Напишите эссе на одну из двух тем на выбор:

1) Кто кого победит – миф или реальность? (если в жизни конкретного человека миф входит в противоречие с реальностью, разрушается миф или нет, и от чего это зависит (если с вашей точки зрения может быть по-разному)).

2) Есть ли однозначно полезные мифы, от которых только плюсы, и никаких минусов?

Название для эссе можно сформулировать самостоятельно, тема задает только, какой вопрос должен быть раскрыт.

⁶ Современные мифы // Википедия [электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Современные_мифы (дата обращения: 19.08.2021);

Неклюдов С. Ю. Структура и функция мифа. Что такое миф и мифология? // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика [электронный ресурс]. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/neckludov4.htm> (дата обращения: 19.08.2021);

Барышников П. Н. Мифология современности // Вестник Российского университета дружбы народов. 2006. № 1. С. 182 – 189. То же на сайте Пятигорского государственного университета [электронный ресурс]. URL: http://pglu.ru/upload/iblock/6e4/uch_2008_xiv_00009.pdf.

Топорков А. Л. Мифы и мифология в современной России // Неприкосновенный запас. 1999. № 6 [электронный ресурс]. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/1999/6/mify-i-mifologiya-v-sovremennoj-rossii.html> (дата обращения: 19.08.2021).

⁷ Дух и идею этого и некоторых других заданий подсказал мне учебник моей коллеги, с которым я рекомендую познакомиться тем, кто заинтересуется анализом текста: Смолененкова В. В. Основы риторической критики. М., 2020. – 192 с.

VI. ЛОГИКА

Представим, что нас спросили: «Квадратный корень из 851 – это 29?» Для того чтобы ответить «да» или «нет», надо произвести некоторые вычисления. А если вопрос звучал несколько иначе: «Квадратный корень из 851 – это свечка?» Похоже, что размышлять над ответом, скорее всего, не придется.

Почему именно так – очевидно: потому что мы точно знаем, что квадратный корень из числа – это *число*, а не что-то другое. А вот для того чтобы определить, *какое именно*, надо что-то посчитать.

Про несчастливую в замужестве женщину часто говорят, что она ошиблась. Не вдаваясь в подробности, можно согласиться, что выйти замуж за «плохого парня» – ошибка, однако женщины снова и снова так поступают. Но трудно представить себе, что вменяемая женщина по ошибке попыталась выйти замуж, скажем, за скамейку.

Сколь ни была бы женщина склонна к опрометчивым поступкам, она точно знает, что замуж выходят – *за человека*.

За знания такого рода отвечает логика.

Логика – это не часть риторики, а отдельная дисциплина, однако представляется целесообразным дать здесь представление буквально о нескольких ее базовых понятиях, в той мере, в которой это нужно для работы ритора с топосами.

Итак, несколько вводных положений.

Правила риторики носят рекомендательный характер – как следует делать те или иные вещи. В отличие от них, правила логики – констатирующие. Они описывают, как устроено мышление человека без отклонений – оно называется логическое мышление.

Другими словами, правила логики – не для того, чтобы *правильно думать*, а скорее для того, чтобы понимать, где есть (или может быть) ошибка, понимать, как происходят в голове выводы и почему.

Логика не поможет придумать правильную идею, но она поможет свою правильную идею выразить так, чтобы она была адекватно понята, или найти ошибку в своих или чужих доводах.

Логическим называется мышление, сформированное во взаимодействии человека с окружающим миром и всем человеческим опытом.

Это определение звучит не очень лапидарно, однако оно отражает два ключевых момента: если человек в своем мышлении отрицает

- чужой опыт или
- результаты собственного взаимодействия с действительностью,

то его мышление ненормально, неправильно – нелогично.

Логическое мышление всегда

- определено,
- последовательно,
- доказательно.

Это значит:

Даже то, о чем мы имеем весьма смутное представление, мы как-то представляем себе каким-то определенным образом – какой-то совокупностью признаков, по которой мы *определяем*, что это именно оно и есть, а не что-то другое. Это и значит, что мы мыслим каждый предмет (в широком смысле – как предмет мысли, а не только как физическое тело) *определенно*. Даже заблуждаясь насчет того, что такое, например, фузия или выхухоль, если нам вообще знакомо это слово, *как-то* мы себе эти предметы представляем.

Это очень хорошо подтверждается тем, что если мы не видим *никаких определяющих признаков предмета*, то мы и не можем сказать, что это такое – даже приблизительно, даже на уровне, есть это или нет.

Мы знаем, что тот признак, который у предмета есть, не может у него *не быть* в то же самое время. Это и значит, что мы думаем о предмете *последовательно*. Выхухоль либо живой, либо не живой, либо существует, либо не существует, но никак не то и другое одновременно⁸.

⁸ Заметим, что наличие/отсутствие – это тоже признак, так же, как и размер, цвет или одушевленность. Одним из признаков русалки для большинства людей является то, что ее *не бывает*, а другим признаком – то, что у нее хвост вместо ног.

Чтобы принять нечто за истину, мы должны видеть этому *достаточные основания*. Это и значит, что мы мыслим *доказательно*.

Сразу стоит оговориться, что не имеет смысла начинать спора о том, что «достаточные основания» – это понятие слишком неточное, чтобы брать его в расчет и тому подобное. Обратим внимание на то, *для кого* они должны быть достаточны. У этих двух действий один субъект – тот, кто считает основания достаточными, – принимает А за истину, а тот, для кого эти основания недостаточны, – не принимает. Мышление индивидуально, а не коллективно, пока речь идет о мышлении, а не об убеждении, доказательность касается только нас самих, а не кого-то еще.

Непосредственно отсюда – из признаков логического мышления – вытекают **законы логики**.

1) **Закон тождества:** $A=A$ (А равно А)

Объем и содержание мысли о каком-либо предмете должны быть определены и оставаться неизменными в процессе рассуждения.

2) **Закон непротиворечия:** $\overline{A \wedge \neg A}$ (А и неА – неверно)

Суждения, отрицающие одно другое, не могут быть одновременно истинными.

3) **Закон исключенного третьего:** $A \vee \neg A$ (А или неА)

Одно из отрицающих друг друга суждений непременно истинно.

4) **Закон достаточного основания.**

Достоверным считается то суждение, для которого могут быть приведены достаточные основания.

Здесь ситуация уже не совсем такая же, как с доказательностью мышления, поскольку речь идет о *суждении*. Так что же считать «достаточным основанием»?

Смысл этого закона заключается именно в том, что основания должны казаться достаточными *именно тому, кто должен счесть суждение*

достоверным. Иначе говоря, применительно к риторике – что покажется достаточным основанием одной аудитории, может показаться вовсе не достаточным другой. Соответственно, одно и то же суждение кем-то может считаться достоверным, а кем-то в то же время недостоверным. Примеров – масса: представители различных научных мнений, верующие и атеисты, верующие разных конфессий. Наконец, необходимо учитывать такую простую вещь, как личная заинтересованность, – человеку, которому утверждение исходно нравится, необходимо гораздо меньше оснований, чтобы считать их достаточными, чем человеку, которому утверждение неудобно.

Соответственно, доказательства своей позиции необходимо строить не только (а часто даже не столько) на том, что кажется убедительным самому ритору, а на том, что кажется убедительным аудитории.

В формулировках этих законов прозвучали два ключевых понятия логики, представлениями о которых целесообразно ограничить изучение этой дисциплины в рамках курса прикладной риторики, – это *суждение* и *понятие*.

Суждение – это мысль, посредством которой:

- **называется предмет,**
- **раскрывается часть содержания этого предмета,**
- **утверждается отношение между предметом и выделенной частью его содержания.**

То есть мы устанавливаем некоторый Р (предикат) об S (субъект) и указываем, как они связаны. Отношение между предметом суждения и той частью его содержания, которая раскрывается в суждении, является частью предиката, однако для наглядности можно выносить ее отдельным пунктом.

Дельфин – млекопитающее.

S – дельфин (предмет суждения), Р – млекопитающее (та часть содержания S, которую мы раскрываем в суждении), а связь между ними – «вид/род»: S является видом Р (определение).

Растения не умеют разговаривать.

S – растения, P – умение разговаривать, связь – отсутствие признака (определение).

Человек существенно больше мухи.

S – размер человека, P – размер мухи, связь – больше (сравнение).

Очень важно понимать, что понятие суждение не тождественно понятию предложение. Суждение – это *мысль* о предмете. Действительно, вербально суждение может быть выражено только предложением, но

- одно суждение может быть выражено разными предложениями,
- одним предложением могут быть выражены разные суждения.

Сравним:

Греция – родина Олимпийских игр.

S – Греция, P – первые Олимпийские игры, связь – признак (определение).

В Греции возникли Олимпийские игры.

S – Греция, P – первые Олимпийские игры, связь – признак (определение).

Эти два разных предложения выражают одно и то же суждение, субъект в котором – *Греция* (то есть речь идет именно о ней), а предикат – *первые Олимпийские игры* (то есть Греция в этом суждении характеризуется тем, что именно там возникли Олимпийские игры).

С другой стороны, представим себе, что некто уже не первый раз ошибочно утверждает, что Олимпийские игры возникли, например, в Риме. В таком контексте то же предложение: «*В Греции возникли Олимпийские игры*» – будет выражать уже другое суждение, в котором субъектом будут *первые Олимпийские игры*, а предикатом – *Греция*, связь – место (обстоятельство).

Соответственно, для того чтобы определить, с каким суждением мы имеем дело, необходимо *выявить субъект и предикат*.

За субъектом и предикатом стоят **понятия**.

Понятие – это совокупность признаков предмета, необходимых и достаточных для его определения.

То есть, фактически, это то, что представляет собой для нас значение слова, которое мы, как мы считаем, знаем. В терминологическом смысле «значение слова» не совсем равно понятию, но это предмет другой дисциплины.

Например, понятие «квадрат» состоит из следующих признаков:

- геометрическая фигура,
- плоская,
- прямоугольная,
- все стороны равны.

А понятие «врач» из признаков:

- человек,
- профессия,
- лечит людей.

Очень важно помнить, что понятие – это не просто набор признаков, а именно *совокупность необходимых и достаточных признаков*. Если какой-либо из признаков убрать, то сразу возникает неоднозначность, появляются варианты – квадрат или треугольник? Врач или, например, шаман?

Понятий об одном и том же предмете может быть несколько. Так происходит потому, что для разных целей определяющими будут являться *разные признаки одного и того же предмета*. Химик определит воду как H₂O, физик – как бесцветную жидкость с определенной плотностью и, наверное, тепло- и электропроводностью, биолог – как среду обитания каких-нибудь живых организмов и т. п. Все это будут разные понятия, но об одном и том же предмете.

Для разных целей понятие «информация» определялось следующими наборами характеристик:

- любые сведения о каких-либо ранее неизвестных событиях;
- содержательное описание объекта или явления;
- результат выбора;

- содержание сигнала, сообщения;
- мера разнообразия;
- отраженное разнообразие;
- сущность, сохраняющаяся при вычислимом изоморфизме;
- уменьшаемая неопределенность;
- мера сложности структур, мера организации;
- результат отражения реальности в сознании человека, представленный на его внутреннем языке;
- семантика или прагматика синтаксиса языка представления данных;
- продукт научного познания, средство изучения реальной действительности;
- основное содержание отображения;
- бесконечный законопроцесс триединства энергии, движения и массы с различными плотностями кодовых структур бесконечно-беспредельной Вселенной;
- неприменная субстанция живой материи, психики, сознания;
- вечная категория, содержащаяся во всех без исключения элементах и системах материального мира, проникающая во все «поры» жизни людей и общества;
- свойство материи, ее атрибут; некая реальность, существующая наряду с материальными вещами или в самих вещах;
- язык мира как живого целого.

То, что за одним словом могут стоять разные понятия, нужно обязательно иметь в виду и всегда обращать внимание, какое именно понятие мы подразумеваем под тем или иным словом и то же понятие будет иметь в виду под ним аудитория или нет.

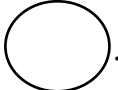
В общем случае в публичной речи следует опираться на обыденные понятия – общие, а не специализированные. А используя слово для выражения специализированного понятия – обязательно это оговаривать, чтобы не допускать двусмысленностей, и, если возникает хоть малейшее сомнение в том, что аудитория с таким специальным понятием знакома, – непременно его разъяснять.

Симметрия требует, чтобы раз с одним предметом может быть связано несколько понятий, то и одно понятие могло бы описывать несколько предметов. Это действительно так, но не совсем аналогично ситуации с соотношением суждений и предложений.

Помимо *содержания* (совокупности необходимых и достаточных признаков предмета), у понятия есть *объем*.

Объем понятия – это все те объекты, которые описываются совокупностью его характеристик.

То есть если содержание понятия «дом» – это 'постройка, являющаяся постоянным местом проживания человека', то объем этого понятия – все постройки, являющиеся постоянным местом проживания людей (то есть все дома).

Именно поэтому понятие обозначается окружностью: .

Множество точек, ограниченное этой окружностью, – объем понятия. Единичные понятия, то есть такие, объем которых составляет только один объект (например, понятие «Михаил Васильевич Ломоносов»), изображаются точкой: .

Именно на основании объемов устанавливаются *соотношения понятий*. И в свою очередь именно соотношение объемов понятий позволяет находить (и, что важнее, не допускать) ошибки.

Итак, в первую очередь понятия делятся на **сопоставимые** и **несопоставимые**.

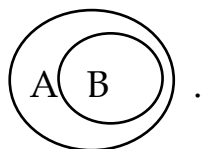
Сопоставимые понятия делятся на **совместимые** и **несовместимые**.

Совместимые понятия делятся на *равнозначные*, *подчиненные* и *перекрещивающиеся*.

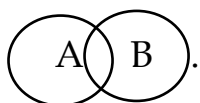
Равнозначные понятия – это понятия, объемы которых полностью совпадают, например: «равносторонний треугольник» и «равноугольный треугольник» (все равносторонние треугольники являются одновременно равноугольными, и наоборот), «человек, который открыл закон земного притяжения» и «Исаак Ньютон» (это один и тот же человек) и т. п. Изображаются равнозначные понятия так:



Подчиненными понятия называются тогда, когда объем одного из них полностью включен в объем второго. Например, «студенты» и «студенты МФТИ». Известный пример, ставший афоризмом, – «всякая селедка – рыба, но не всякая рыба – селедка». Кстати, это и есть отношения «род/вид». Изображаются подчиненные понятия так:

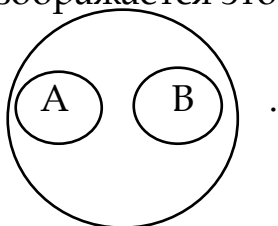


Перекрещивающиеся понятия – это понятия, объемы которых «перекрещиваются», образуя область, общую для обоих понятий, и области, в которых объемы этих понятий не совпадают. Например, «динозавры» и «хищники», «птицы» и «летающие» (некоторые динозавры хищники, а некоторые – нет, некоторые хищники – динозавры, а некоторые – нет). Изображаются перекрещивающиеся понятия так:



Несовместимые понятия делятся на *соподчиненные*, *противоречащие* и *противоположные*.

Соподчиненные понятия – это такие понятия, объемы которых не пересекаются, но полностью включены в какое-то третье понятие. Например, «шпага» и «пистолет» – понятия, объемы которых связаны через подчиненность объему понятия «оружие». Или «вирус» и «червь» – и то, и другое является проявлением понятия «вредоносная компьютерная программа», их объемы полностью входят в объем этого общего для них понятия, а внутри него они не пересекаются. Изображается это так:

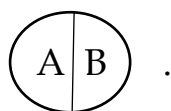


Разница между *противоположными* и *противоречащими* понятиями достаточно тонкая, но, тем не менее, ощутимая.

Противоречащие понятия – это такие понятия, объем каждого из которых полностью исчерпывает все, что не попадает в объем другого. Например, «живое» и «неживое». Все, что не живое, – неживое. Изображается это так:



Важно не путать эту пару с парой «живое» и «мертвое» – это как раз пара противоположных понятий. Не все, что не живое, – мертвое. Но все, что может быть живым либо мертвым делится между объемами этих понятий. Изображается это так:



Несопоставимые понятия – это такие понятия, которые вообще не имеют одно к другому никакого отношения, например: «дом» и «блеск» – они не противоположны, не соподчинены никакому понятию и не подчинены одно другому, не противоречат одно другому, не пересекаются и не равнозначны. Они просто не имеют отношения одно к другому. Изображаются несопоставимые понятия так:



Поскольку система соотношений понятий достаточно разветвленная, ее имеет смысл отобразить в виде схемы.



Задачи на соотношения объемов понятий приведены в Приложении.

Характеристика, аналогичная *объему понятия*, есть и у суждений. Для того чтобы понять ее суть, достаточно проанализировать, верно ли утверждение, что все бабы – дуры. Думается, что каждый интеллигентный человек согласится, что нет, это не верно. Однако вряд ли кто-то рискнет утверждать, что ни одна баба – не дура. Как же так, если, как мы знаем, из двух отрицающих друг друга суждений одно должно быть непременно верным?

Ответ обнаруживается довольно просто: «все» и «ни одна» находятся в отношениях соподчинения, а не противоречия. В отношениях же противоречия к «все» находится «не все», или «некоторые». Соответственно, суждением, отрицающим суждение «все бабы – дуры», является суждение «не все бабы – дуры» (или комплекс суждений «некоторые бабы – дуры» и «некоторые бабы – не дуры», поскольку «некоторые» в логике – это «хотя бы один»).

Итак, мы приходим к тому, что суждение может быть

- общим или частным,
- утвердительным или отрицательным.

То есть всего типов суждений 4:

- 1) *Общеутвердительные* – «все S есть P» – SaP (все млекопитающие – живородящие);
- 2) *Частноутвердительные* – «некоторые S есть P» – SiP (некоторые спортсмены – чемпионы Олимпийских игр);
- 3) *Частноотрицательные* – «некоторые S не P» – SeP (некоторые птицы не летают);
- 4) *Общеотрицательные* – «ни один S не P» – SoP (ни одна курица не несет золотые яйца).

a, i, e и o – это кванторы, использующиеся в логике для указания на тип суждения.

Если выделяются типы чего-либо, значит, это кому-нибудь нужно. Типы суждений нам нужны для того, чтобы *логически* устанавливать *истинность* или *ложность* того или иного суждения.

Для этого необходимо определить тип суждения, нарисовать схему соотношения объемов S и P , а после этого составить суждение того же типа, но с такими S и P , соотношение объемов которых такое же, но при этом они знакомы нам настолько, что определить истинность или ложность суждения не составит труда. Если суждение окажется истинным, то истинно и то суждение, которое является предметом наших сомнений, если ложно – то ложно. Сработает это, однако, только в том случае, если мы в состоянии правильно нарисовать схему соотношений объемов S и P .

Для того чтобы не проделывать этого каждый раз, можно составить «таблицу истинности/ложности» или заполнить ту, что уже приведена в Приложении. В любом случае это будет полезно как тренировка.

Очень важно, однако, понимать, что *логически* можно установить истинность/ложность, например, суждения «король Франции лыс», только если мы знаем, что во Франции *нет* короля, это республика, и, значит, «король Франции» – понятие с нулевым объемом. А вот истинность/ложность суждения «король Испании лыс» установить без знания о том, *есть ли волосы* у короля Испании (пусть мы даже точно знаем, что он точно существует), мы не сможем, это вопрос эрудиции, а не логики. Точно так же, не зная, есть ли во Франции король, мы не сможем определить истинность/ложность и первого суждения, поскольку просто не сможем нарисовать схему соотношения объемов понятий.

Другими словами, мы можем *логически* установить истинность или ложность *только того* суждения, которое касается понятий, *известных* нам настолько, чтобы нарисовать схему соотношения их объемов. И степень установленности научной истинности в данном случае второстепенна.

Предположим, у нас есть суждение «некоторые русалки – птицы». Мы можем не быть до конца уверены в том, точно ли русалок вообще нет, но если мы себе русалку как-то представляем, мы можем судить, может ли она быть птицей.

Если же речь идет о каком-то вовсе незнакомом понятии, например, «некоторые фузии – птицы», то мы не можем установить его

истинность или ложность, поскольку, вполне может случиться, что хотя бы одна фузия – все-таки птица⁹.

Поэтому ожидать от логики слишком многого не стоит, она не заменит ни специальных знаний, ни общего культурного фона, однако ориентироваться на логику необходимо обязательно при любой работе с текстом – как с публичной речью, так и с научными или методическими произведениями словесности.

⁹ На самом деле *фузия* – это тип морфологического строения языка, и ни одна фузия – не птица.

VII. РАБОТА НАД РЕЧЬЮ

До сих пор предметом рассмотрения были разного рода стратегические ходы в подготовке эффективного публичного высказывания. В этом разделе речь пойдет уже о тактических приемах.

Работа над речью состоит из 5 последовательных шагов:

**Изобретение,
Расположение,
Выражение,
Память,
Действие.**

Изобретение – это создание высказывания на уровне замысла.

Вкратце, происходит это так: обнаруживаем *проблему*, определяем, о чем пойдет речь – *ограничиваем* тему (то есть исключаем из всего, что входит в проблему, то, о чем мы в данном случае говорить не станем), генерируем *идею* высказывания как ход решения проблемы, формируем *предложение* для данной аудитории, находим *аргументы*, определяем *содержание* высказывания.

Таким образом высказывание приобретает смысловую завершенность, замысел становится *целесообразным*.

Расположение – это создание высказывания на уровне композиции.

Это разработка речи с точки зрения понимания и оценки слушателем: выделяем смысловые части высказывания и определяем их последовательность, обусловленную замыслом.

Выражение – это создание высказывания на уровне текста.

На этом этапе происходит отбор, оценка и согласование языковых средств. Иначе говоря, выработка стиля.

Память - это отработка наиболее выигрышных приемов непосредственного убеждения.

На этом этапе составляется план-конспект речи или прочие вспомогательные материалы, определяются пределы возможной импровизации, оттачиваются и выучиваются определения и цитаты, репетируются наиболее важные и эффектные приемы.

Действие - непосредственное произнесение речи, создание высказывания как события.

Сюда относится интонирование, постановка голоса, мимика, жесты, движение или неподвижность и т. п.

Далее рассмотрим эти этапы по порядку их реализации в работе над конкретной речью.

I. Изобретение

Называя что-либо изобретением, как правило, имеют в виду нечто новое, чего до сих пор не было, а теперь появилось или придумано.

В риторике изобретение – это совершенно другое. Хорошо понятно, почему: если, занимаясь разработкой высказывания на уровне замысла, для своей речи мы *изобретем* некую абсолютно новую проблему, то аудитория наверняка оценит нашу *изобретательность*, но и не более того.

Во-первых, потому что аудитории совершенно не нужны *новые проблемы* – перед ней стоит масса неразрешенных старых. А во-вторых, нельзя забывать о том, что продуктивное восприятие вообще происходит только в привычной парадигме: то, что должно быть воспринято, необходимо вписать в существующую систему представлений, найти в ней понятное место и установить взаимосвязи. И большую часть так называемого нового обязательно должно составлять старое окружение. Хорошо известен пример с восприятием музыки: чтобы слушателю понравилась новая мелодия, 70 % в ней должно быть знакомых сочетаний и лишь 30 % – новых. Если будет больше старого – мелодия покажется скучной или заимствованной, если больше нового – она покажется беспорядочным нагромождением звуков, какофонией.

Кроме этого, объяснимо и понятно каждому, что человек в общем случае оценивает все с точки зрения того, насколько это имеет отношение к нему лично.

То есть то, о чем мы говорим, должно быть в первую очередь *актуально* для аудитории, иначе речь не может оказаться эффективной. А совершенно новое не может быть актуальным, болевым.

Апеллируя к приведенному в самом начале примеру с криком «Пожар!», можно сказать, что это высказывание имеет шансы быть эффективным только в том случае, если *то место, где пожар, значимо для аудитории*.

Отсюда и вытекает главная задача изобретения как этапа работы над речью.

Проблема, которая кажется риторы актуальной по каким-то причинам, или, рассуждая более прагматично, та проблема, к которой

ритор должен привлечь внимание аудитории, так или иначе уже существует (в противном случае с ней не могли бы быть связаны интересы ритора). Просто, возможно, она аудитории еще не известна или кажется незначительной и неинтересной.

Соответственно, необходимо изобрести не новую проблему, а такой ее поворот, чтобы она показалась аудитории насущной и требующей немедленного решения. Или, иначе говоря, *сделать новую проблему более старой (актуальной), а старую – более новой (опять же, актуальной)*. Потому что неактуально – как слишком старое, так и слишком новое.

Цель изобретения – не открытие новых идей и не выражение мнений автора, а построение замысла целесообразного высказывания, предназначенного конкретной аудитории в конкретных обстоятельствах.

Для того чтобы речь в принципе могла быть эффективной, в её основе должна лежать одна идея, *главная мысль*.

Если речь длинная по времени и масштабная по содержанию, например, это лекция, то её следует либо разбивать на ярко выраженные части, несущие в себе каждая по одной идее, либо делать одну идею основной, а остальные – вспомогательными, ясно связанными с основной. В противном случае аудитория растеряется или внимание ее рассеется, поскольку вникать, в чем именно заключается предложение ритора, высказывающего сразу целый ряд идей, будет трудно и неинтересно. Даже с точки зрения языка «несколько главных мыслей» звучит довольно абсурдно.

Хорошо понятно, что главная мысль должна быть автором ясно сформулирована, причем, в первую очередь, для самого себя. Это звучит банально, однако основная ошибка, из-за которой речи получаются невнятными и малоэффективными, состоит именно в этом: автор сам для себя не очень четко сформулировал главную мысль – он ее просто «примерно понимает». Но аудитория, если она не имеет какого-то сильно выраженного личного мотива, не станет думать за ритора, и, если идея речи ей непонятна, она просто выбросит ее из головы.

Сформулированная главная мысль речи, которая затем развертывается в высказывание, называется предложением.

То есть это то, что мы *предлагаем* аудитории – оценить, осмыслить, сделать – *присоединиться* к этому.

В соответствии с типами содержания речи предложением может быть:

1. утверждение о каком-то положении вещей (показательный тип),
2. оценка факта (судительный тип),
3. постановка или решение проблемы (совещательный тип).

Тип содержания, который будет в речи основным, определяется типом предложения.

Предложение уже на стадии изобретения обязательно должно быть грамматически полным, сформированным, со всеми главными и необходимыми второстепенными членами, потому что именно это обеспечивает возможность его дальнейшего развертывания в речь.

Таким образом, в изобретении можно выделить 2 этапа:

- формулировка предложения (создание стратегического замысла),
- определение поля аргументации – развертывание смысловых частей предложения, их анализ и отбор с точки зрения перспективности для аргументации.

Например, возьмем главную мысль: «Средство защиты информации, работающее в системе, должно не только обеспечивать необходимый уровень защищенности, но и не нарушать эффективного функционирования самой системы».

В этом предложении выделяем смысловые части:

- 1) средства защиты информации (СЗИ),
- 2) система,
- 3) работать в системе,
- 4) обеспечивают защищенность,
- 5) необходимый уровень,
- 6) не нарушать функционирование,
- 7) эффективное функционирование.

На самом деле, выделенных смысловых частей может быть больше или меньше – в зависимости от дробности членения.

Развернуть из выделенных частей можно все: СЗИ – это..., бывают..., система – это..., СЗИ по отношению к системе делятся на..., функционирование СЗИ в системе – это..., оно бывает..., обеспечение защищенности – это..., защищенность может быть обеспечена следующими способами..., необходимый уровень защищенности – это..., он определяется..., в соответствии с требованиями..., а за рубежом..., не нарушать функционирования – это значит..., функционирование нарушено, когда..., эффективное функционирование – это..., эффективность определяется..., СЗИ могут влиять на эффективность функционирования..., etc.

Развертывание предложения, фактически, можно детализировать сколько угодно, в зависимости от того, какой объем и уровень детальности реально нужен для данной речи.

После этого мы отбираем из того, что *можно развернуть*, то, что *имеет смысл развернуть* именно для этого высказывания. При этом нужно исходить, в частности, из того, что мы этой аудитории уже говорили, каков уровень ее подготовки, что для нее пока слишком сложно, а что, наоборот, предельно очевидно.

В основу аргументации должен быть положен тот из аргументов, который, во-первых, *ближе всего к предложению*, а во-вторых, который *красивее всего получится привести к топосу*.

В случае с приведенным предложением это аргумент «если функционирование СЗИ будет делать систему неэффективной, то его будут отключать».

Такой аргумент называется *положением*.

Положение – это главный довод в пользу предложения, который приводится к топосу.

Данное положение можно привести, например, к такому топосу: «Конфликт разума и чувств – один из самых сложных для человека внутренних конфликтов, не стоит провоцировать его лишним раз».

Определившись с положением, ритор отбирает наиболее выгодные направления аргументации для дальнейшего развития –

этот выбор, стоит повториться, зависит от характеристик аудитории, для которой готовится речь.

Итак, довольно очевидно, что от правильно сформулированного предложения фактически зависит успех всего выступления. Поэтому на рекомендациях по формулировке предложения целесообразно остановиться подробнее.

Предложение должно удовлетворять следующим требованиям:

1. быть грамматически связным – с главными и уместными второстепенными членами;
2. содержать минимально необходимые, но достаточные для развертывания смысловые части;
3. быть ясным и обозримым, то есть его суть должно быть возможно полностью охватить и недвусмысленно понять;
4. содержать проблему и способ ее решения;
5. быть спорным, то есть открывать возможность обсуждения и соотноситься по смыслу с другими существующими или возможными предложениями относительно данного предмета;
6. быть продуктивным, то есть допускать дальнейшее развертывание как отдельных частей, так и их блоков, и высказывания в целом.

Для того чтобы сформулировать такое предложение, предполагаемую аудиторию нужно проанализировать с точки зрения темы своей речи.

Анализ этот должен касаться факторов, соответствующих типам содержания полного цикла аргументации:

1. сложившиеся ценностные ориентиры и уровень внутреннего согласия аудитории (показательный тип);
2. состав фактов, которые могут быть использованы в данной аудитории как прецеденты (судительный тип);
3. уровень решения задач, возможный для данной аудитории (совещательный тип).

На основании этого анализа выделяется предмет речи. Выделение предмета речи – это процесс *ограничения* той проблемы, которой

посвящено выступление, определение того, о чем из всего того множества аспектов, которое можно выделить в любой проблеме, мы говорить *не будем*.

Соотнеся свои представления об аудитории с предметом речи, ритор ставит *задачу*, отвечая себе на вопрос: «Какой реальный результат в смысле присоединения аудитория может и должен быть достигнут?».

При этом следует также учесть возможные *последствия для образа ритора*: какова будет непосредственная и опосредованная реакция аудитории, как будет выглядеть сам ритор, какое место это высказывание займет в общей линии его публичных выступлений и т. п.

Принимая к сведению приведенные рекомендации, совершенно необходимо учитывать главное: навык эффективного изобретения формируется *только практикой*.

Примеры заданий на тренировку изобретения и их выполнений приведены в Приложении.

II. Расположение

Хорошо известно, что расположение – самых разных вещей – само по себе весьма информативно. Расположение небесных тел в момент рождения человека дает информацию о нем для гороскопа, расположение цветов или геометрических фигур – информацию для психологической характеристики личности или ее состояния, а расположение самого человека в пространстве комнаты – о его чувствах и намерениях.

Это все случаи имплицитной информации, которую можно считать по расположению, хотя ее передача не была никем задумана (и даже, возможно, нежелательна). Есть масса примеров и намеренного расположения чего-либо определенным образом *для того*, чтобы передать определенную информацию: расположение «мушек» на лице (существуют целые словари), расположение предметов интерьера и деталей ландшафта по фен-шуй – привлекает разные полезные или вредные энергии, расположение горшка на подоконнике – говорит о проваленной явке, etc.

Для целей прикладной риторики в этом важно следующее: из любого расположения чего угодно подсознание человека старается извлечь какую-нибудь информацию и дополнить ею свое общее впечатление. Стало быть, задача ратора – не упустить такую возможность воздействия на аудиторию, располагая части высказывания *целесообразно*.

Безусловно, это совсем не значит, что все речи должны быть совершенно одинаково построены.

Если проанализировать, какие вообще содержательные ходы относительно предмета речи нам доступны, то легко увидеть, что их конечное, и весьма небольшое, число.

Соответственно, невелик и набор возможных частей высказывания:

- вступление,
- теза (предложение + положение),
- разделение предмета,
- изложение,
- обоснование,

- опровержение несовместимого,
- обобщение,
- побуждение.

Это исчерпывающий перечень частей речи, поскольку больше никаких возможностей, которые нельзя было бы отнести ни к одной из приведенных частей, – нет.

Жестко зафиксированное место в этом наборе имеют первая и последняя части: вступление всегда в самом начале, а побуждение – в самом конце (располагать их иначе противоречило бы здравому смыслу).

Остальные же части могут располагаться по-разному, *если это обусловлено конкретным замыслом.*

В целом же, представляя себе классическую (но не обязательную!) схему расположения частей высказывания, составить речь на основе полученного на этапе изобретения костяка – совсем не сложно.

Схема расположения частей высказывания

Во ВСТУПЛЕНИИ ритор

1. представляет себя и основания своего обращения к аудитории;
2. высказывает свою позицию – *предложение*, которое связано в *тезу* с *положением* речи, чтобы аудитория сразу могла представить себе, что (предложение) и на каком основании (положение) ей предлагают;
3. в *разделении* ритор указывает состав и последовательность главных моментов содержания, чтобы аудитория могла сразу охватить образ предмета речи (это нужно в том случае, если речь большая по объему и сложная, в противном случае разделение будет выглядеть искусственно и неуместно).

В ОСНОВНОЙ ЧАСТИ ритор

1. излагает *фактический материал*, описывая предмет и повествуя о событиях;

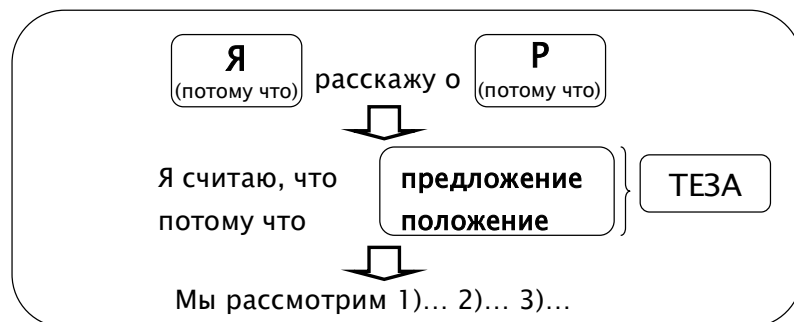
2. на основе изложения фактов переходит к обоснованию предложения доводами *рассуждения*, сводя или разводя факты с нормами в соответствии с положением речи;
3. изложив факты, обосновав предложение и ясно сформулировав свою позицию, переходит к *опровержению несовместимого* – критике и опровержению высказываний и позиций, не совместимых с тезой (очень важно иметь в виду, что опровержение будет эффективным только в том случае, если четко определены предпосылки критики).

В ЗАКЛЮЧЕНИИ ритор:

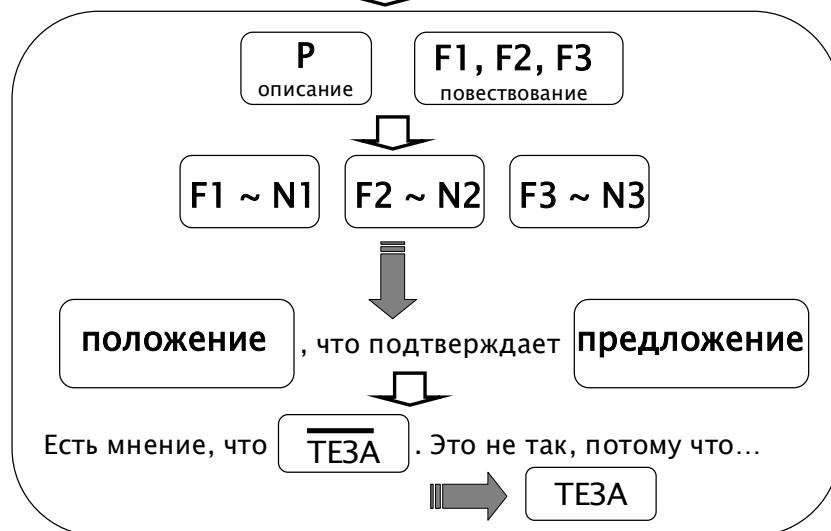
1. делает *обобщение* или *выводы*,
2. на основании обобщения и выводов *побуждает* аудиторию принять предлагаемое решение.

В виде собственно схемы схема расположения частей речи достаточно компактна и удобна в использовании (она на следующей странице).

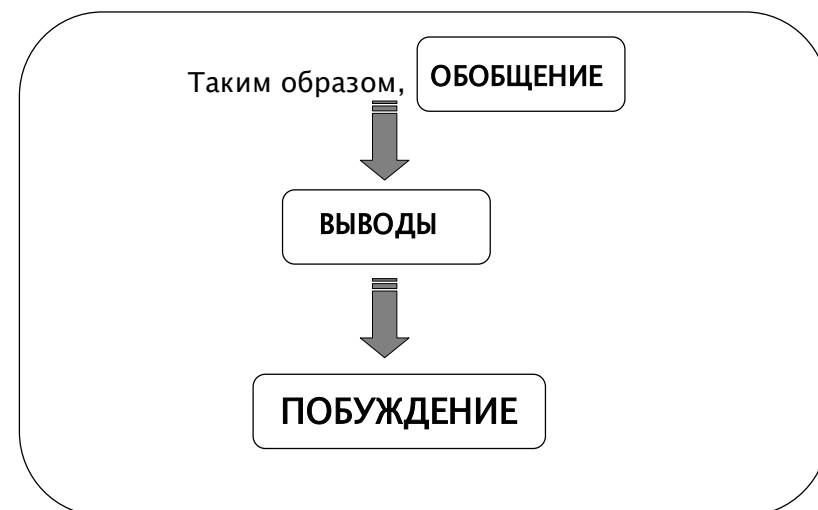
ВСТУПЛЕНИЕ



ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ



ЗАКЛЮЧЕНИЕ



– далее



– следовательно

Р

– предмет

F

– факт

N

– норма

Прикладная риторика в сфере защиты информации ориентирована в основном на ситуации прагматичного диалога в профессиональной сфере – мы исходим из того, что преимущественно нам предстоит именно это, а не выступления перед трудными подростками, проповеди или митинги. И именно поэтому первостепенное значение для создания целесообразного высказывания в нашем случае имеют обоснование и опровержение – части высказывания, содержащие аргументацию.

Обоснование

Обоснование – это часть высказывания, содержащая аргументацию в пользу главной идеи речи.

То есть в отличие от вступления, разделения, изложения, выводов и побуждения, она содержит *аргументацию*, а в отличие от опровержения несовместимого – аргументацию *в пользу*, а не против чего-то.

Именно по этой причине в конструктивной диалоговой ситуации эта часть речи – самая главная.

Для того чтобы обоснование было целесообразным, в части расположения достаточно выполнить одно простое правило.

Первый аргумент должен быть обязательно сильным, слабые аргументы нужно располагать в середине речи и эмоционально иллюстрировать, а последний аргумент должен быть самым сильным в обосновании.

При этом сильные доводы должны формулироваться кратко и раздельно, а слабые – пространно и соединяться, образуя неразрывное единство.

Такой порядок расположения доводов считается самым лучшим и называется *гомерическим*.

Еще одна классическая возможность расположения доводов в обосновании – это *хрия*. Хрия существует в двух разновидностях – прямая и обратная.

По *прямой хрии* мысль разворачивается так.

Теза сначала *изъясняется*, затем приводится *причина* ее истинности, предлагаются доводы «от *противного*», далее следует *сравнение*, даются *примеры*, затем – *свидетельство* (или «аргумент к авторитету» – ссылка на мнение авторитетного лица или коллектива), и все это *приводится снова к тезе или связанному с ней топосу*.

Обратная хрия – это расположение доводов, при котором те же самые части, что и в прямой, выстраиваются так, чтобы привести аудиторию к тезе как к выводу, начав, например, с причины или с примера. Именно такой тип расположения часто используется в дидактических целях – на лекциях или в учебниках.

К обоснованию по хрии следует прибегать в том случае, если надо защитить тезу от возможных возражений. То есть когда надо воздействовать не столько на чувства и эмоции аудитории, сколько на логическое восприятие. Как правило, это звучит не слишком эффектно, зато очень убедительно – на такое обоснование сложно возражать.

Помимо порядка доводов можно дать еще несколько общих рекомендаций по составлению обоснования:

1. Эта часть не должна быть слишком большой по объему, поскольку чем пространнее доводы, тем сомнительнее выводы.
2. Аргументов не должно быть слишком много, поскольку у аудитории тогда не сложится ясная схема – на слух очень трудно охватить сразу большое поле аргументации.
3. Аргументация должна явным образом члениться на доводы, логически следующие один из другого, образуя единую систему (то есть, с одной стороны, они должны быть различимы, а с другой – взаимосвязаны, а не разрознены).
4. Сильные аргументы разделяются, слабые – объединяются.
5. Сильные аргументы – это те, которые в наибольшей степени касаются интересов аудитории и действий, способных привести к их достижению (а не те, что более всего убеждают самого ратора).
6. Небольшие по объему речи и речи дидактического (обучающего) содержания целесообразно строить по хрии.

При всей значимости обоснования для создания эффективной публичной речи в области защиты информации нельзя забывать о том,

что область эта – конкурентная. Причем приходится отдавать себе отчет в том, что поскольку сфера наукоемкая, то и конкуренция в этой сфере не исчерпывается конкуренцией рекламных бюджетов. Поведение, демонстрирующее позицию, что никого вокруг просто нет, часто может выглядеть некорректно и просто глупо. Аудитории тоже известно, что есть и другие разработчики (или интеграторы), другие методы и средства защиты информации. Если мы не будем этого учитывать, то покажемся либо дурно воспитанными, либо неосведомленными (не очевидно, что хуже).

По этой причине в значительном количестве случаев необходимой частью публичной речи должно стать *опровержение несовместимого*.

Опровержение несовместимого

Итак, обоснование и опровержение несовместимого (далее – опровержение) образуют группу частей высказывания, противопоставленных всем остальным по тому, что они представляют собой аргументацию, *рассуждение* (а не описание, повествование или побуждение).

Опровержение нужно четко отличать от доказательства «от противного». Логика доказательства «от противного» (предположим, что неА, тогда приходим к явно абсурдным следствиям, стало быть, неА неверно, значит, верно – А) – это логика *аргумента*, который может быть использован как в опровержении, так и в обосновании. Это просто доказательство того, что А – верно.

А опровержение – это *часть высказывания*, содержащая аргументацию позиции ратора через доказательство ложности или неприемлемости взглядов или мнений, противопоставленных этой позиции, не совместимых с ней.

То есть приравнять опровержение к доказательству «от противного» можно только в том случае, если «неА» называть не какое-то конкретное положение вещей, а позицию оппонентов, а это, думается, все-таки существенная натяжка. Различие сущностное: доказательство от противного – *метод*, а опровержение – *часть публичной речи*.

Конкурирующая позиция, как правило, выработана достаточно умными и подготовленными людьми, она может быть детально разработана, иметь систему доказательств и т. п. – она *жизнеспособна*. И ее опровержение должно быть разработано не менее добросовестно, но при этом быть кратким, поскольку опровержение – это не цель речи (за исключением тех случаев, если речь представляет собой какой-то вид рецензии), а лишь один из этапов подтверждения правильности нашей собственной позиции.

Более того, к опровержению без необходимости лучше не прибегать, а ограничиться убедительным обоснованием. Необходимость опровержения определяется тем, что без этого позиция ратора оказывается незащищенной и неубедительной.

Еще одна ситуация, когда опровержение уместно, – это ситуация *непосредственной реакции* на выступление оппонента. Если до нашего выступления оппонент выступает с речью, требующей от нас какой-то реакции, то делать вид, что ничего не слышали, – не всегда хорошо. В этом случае в уже подготовленную речь необходимо вписать опровержение, причем не всегда имеющее отношение к теме самого выступления. Такие ситуации надо стараться предусматривать и к ним готовиться, поскольку экспромтом вписать опровержение в готовую речь довольно трудно. Если же выступить с опровержением как таковым, не пытаясь сделать его частью своего запланированного выступления, то это, во-первых, в некоторых случаях может выглядеть не солидно, а во-вторых, позволит втянуть нас в дискуссию, которая помешает достижению собственной, заранее намеченной цели.

С точки зрения этоса опровержение может быть построено *добросовестно* или *недобросовестно*.

Недобросовестно построенное опровержение, то есть такое, которое вводит в заблуждение относительно мотивов, намерений, слов или поступков оппонента, называется *софистическим*.

Добросовестное опровержение бывает двух типов:

- диалектическое,
- полемическое.

Фактически, эти типы различаются по тому, каково соотношение аудитории и оппонента в том или ином случае.

Если носителем позиции, противоположной позиции ратора, является *сама аудитория* (то есть ратору необходимо добиться присоединения непосредственно оппонента), то метод опровержения будет *диалектическим – установление истины в ходе дискуссии* (явной или опосредованной, подразумеваемой).

Если же оппонент является *третьим лицом*, которое тоже имеет влияние на аудиторию и связанные с ее присоединением интересы, то метод опровержения будет *полемическим – демонстрация аудитории несостоятельности позиции или неприемлемости целей конкурента*.

Из этого на основании здравого смысла легко выводятся различия между тем, как строятся опровержения одного и второго типа.

Нетрудно понять, что если носитель позиции, не совместимой с риторской, – сама аудитория, то есть опровержение – *диалектическое*, то не стоит критиковать, в частности, ее цели или квалификацию. Наоборот, ратору необходимо апеллировать к тем целям, которые его с аудиторией объединяют. Причем это могут быть цели далекие от спорного момента, какие-то такие, которые не считать общими – неприлично или неуместно по текущей конъюнктуре.

Например, хорошо понятно, что цель любой фирмы – получение прибыли, и в этом смысле наши цели никогда не смогут полностью совпасть с целями конкурентов. Но при этом существует достаточно большой набор целей, опосредованно связанный с этой основной (получением прибыли), но которые, если они будут озвучены, вряд ли кто-то из работающих в области защиты информации станет объявлять неактуальными или вредными: повышение статуса российских разработок, защита отечественного рынка от дешевой импортной продукции заведомо низкого качества и т. п.

При том, что эти цели могут и не восприниматься аудиторией как главные, ни представители бизнеса, ни представители государства, ни потребители не станут

- возражать с точки зрения нравственности,
- сомневаться в том, что они в этом *действительно* заинтересованы.

Однако, обращаясь к такого рода общим целям, ни в коем случае нельзя впадать в патетику или говорить о каких-то слишком

абстрактных вещах. Общая цель типа «вор должен сидеть в тюрьме» хороша только на специализированном мероприятии в соответствующей аудитории.

Итак, в целом довольно очевидно, что осуждать цели аудитории или обвинять ее в недобросовестности не стоит, а следует показывать, что действия, которые она собирается предпринять, альтернативные нашему предложению, не приведут к достижению ее целей или приведут к нему со значительными затратами.

В случае же, когда оппонент – не сама аудитория, а какая-либо третья сила, то вполне целесообразно показать, что цели оппонента противоречат целям аудитории, или их мотивы безнравственны, или они недобросовестны и некомпетентны, в отличие от самого ратора. Однако все это следует делать только если это так и есть, и делать очень продуманно, потому что, будучи пойманным на лжи или подтасовке, ратор может полностью разрушить свою репутацию.

При полемическом опровержении очень важно помнить, что мы убеждаем не оппонента, а аудиторию. Соответственно, нужно выбирать аргументы, убедительные именно для аудитории, а не для тех, чье мнение мы оспариваем. Так, если у нас есть совершенно железный с научной или технической точки зрения аргумент, но он будет непонятен аудитории, не соответствуя уровню ее подготовки, или будет оскорбителен по тону или иллюстрирующим примерам, убедительным он не будет.

В целом строить диалектическое опровержение следует исходя из следующих принципов:

1) Поскольку критикуемая позиция, как правило, представляет собой продуманную и разработанную концепцию, в опровержении нужно ее *точно, кратко и объективно описать*.

2) Критикуемая концепция обычно не вся целиком неправильная, она может содержать совершенно правильные и полезные мысли. Поэтому надо *четко отделить правильное от неправильного и максимально точно определить предмет критики* (не вся концепция, а лишь то конкретное в ней, что приводит к ее общей несостоятельности).

3) В любой концепции есть главное и второстепенное. Если жанр речи – не рецензия или отзыв на работу, то нужно постараться

удержаться от критики второстепенных положений, даже если они настолько уязвимы, что трудно не поддаться соблазну критики. *Критиковать надо только основные, принципиальные положения.*

4) Для того чтобы опровержение приводило к обоснованию, оно должно *строиться исходя не только из особенностей критикуемой концепции, но и из позиции самого ратора.* Эти две позиции необходимо тщательно развести, чтобы было ясно видно, для чего вообще ритор говорит о чужой позиции. Задача опровержения – не просто показать, что критикуемая позиция неверна, а что она неверна в отличие от предложения ратора.

Полемическое опровержение строится в основном по тем же принципам, только при этом допускается критическая характеристика самого оппонента.

Однако важно иметь в виду, что критиковать оппонента следует не «вообще» за какие-то его недостатки, а *только по тем позициям, которые имеют непосредственное отношение к предмету разговора.*

Эффективнее всего для этого, так же, как и в обосновании, использовать *гомерическую последовательность доводов.*

При этом наиболее сильными доводами будут не те, которые лучше всего выявляют внутренние противоречия концепции, и даже не те, которые выявляют противоречия концепции с какими-либо интересами аудитории, а те, что выявляют противоречия критикуемой концепции с общими местами (топосами).

Разумеется, для выявления таких противоречий желательно привлекать также не любые общие места, а те, что *имеют отношение к интересам аудитории и предмету обсуждения.*

Выявленные противоречия с общими местами всегда звучат достаточно ярко и впечатляюще, поэтому от выражения прямых оценок в этой ситуации вполне можно воздерживаться, предоставив их аудитории, *если только это не будет выглядеть ханжеством или беспринципностью.*

Например, совершенно корректно и вместе с тем достаточно определенно прозвучит утверждение, что можно по-разному смотреть на то, что более выгодно потребителю: купить более дешевое одноразовое средство и выбросить его, когда возникнет необходимость купить версию с большей (или просто другой) функциональностью, или купить более дорогое, но модифицируемое средство.

А вот формулировка типа «Вам судить, активное или пассивное средство защищает надежнее», скорее всего, прозвучит вовсе не демонстрацией уважения к конкуренту, а демонстрацией пренебрежения интересами аудитории, что для аудитории всегда обидно – любому человеку хочется, чтобы о нем проявляли по возможности искреннюю заботу.

Поэтому, если формулировка «активное СЗИ защищает очевидно надежнее, чем пассивное, поскольку...» в той или иной ситуации кажется излишне прямолинейной и хочется высказаться более витиевато, то можно прибегнуть примерно к такой конструкции: «На базе пассивных СЗИ, действительно, возможно построить эффективную систему защиты информации, и даже есть прецеденты. Однако это системы значительно более сложные и дорогостоящие как при установке, так и в эксплуатации, чем системы на базе активных СЗИ».

Это звучит достаточно определенно и однозначно для того, чтобы не казалось, что вы юлите или кривляетесь, но вместе с тем не грубо и не безапелляционно.

Итак, общие принципы построения опровержений таковы:

1. Не прибегать к опровержению без необходимости.
2. Тип опровержения (диалектический или полемический) необходимо выбирать, не ориентируясь на личные предпочтения, а исходя из условий выступления и критикуемой позиции. При прочих равных лучше предпочесть *диалектический*, чтобы избежать подозрений в личной пристрастности.
3. В диалектическом опровержении *нельзя* использовать приемы полемического и, тем более, софистического.
4. Если оппонент использовал полемические или софистические приемы, то не только можно, но и целесообразно применить полемическую технику, потому что аудитория должна

видеть, что риторю небезразличен исход дела, поскольку он защищает ее интересы. Позиция ратора в публичной речи – не его личная убежденность как часть мировоззрения, а *защита интересов аудитории*, а значит, и речи быть не может о том, чтобы по-христиански «подставить вторую щеку». В противном случае бездействие ратора вызовет подозрения либо в некомпетентности, либо в безразличии к результату.

5. Полемическое опровержение может быть двух видов: *критика* и *разоблачение*. В первом случае ритор предлагает альтернативу позиции, во втором – компрометирует ее. К разоблачению прибегать нужно в том случае, если опровержение является реакцией на критику уже озвученной позиции.

6. Компрометировать надо *сначала пафос, потом логос, затем этос*. Иными словами, сначала показываем, что, если присоединиться к предложению оппонента, результат будет нежелательный, затем – что не следует соглашаться с его доводами, а затем – что его мотивам вообще не стоит доверять.

Остальные части речи (вступление, изложение (которое состоит из описания предмета и повествования о событиях), обобщение, выводы и побуждение) вполне допустимо строить интуитивно, опираясь на уже приведенные стратегические положения.

Более того, если у ратора есть хотя бы малейшее основание доверять своей интуиции, то даже желательно, а не только допустимо, на нее полагаться, потому что, слишком ориентируясь на общие правила, очень легко упустить из виду информацию об аудитории, которую мы *получаем*, но не очень явно *осознаем*. Такая информация далеко не всегда сформулирована и вообще формулируема, потому что ее источник – опыт общения и интуиция. Если же ритор жестко замкнут в рамки выученных правил, то он эту информацию может просто пропустить и не использовать. Это такие вещи, как личные реакции кого-то, кто скорее всего окажется в данной аудитории, традиции или традиционно сложившаяся логика поведения на том мероприятии, на котором должно состояться выступление, последние события в отрасли и их последствия – непосредственные и те, что только дадут о себе знать (для аудитории в целом или тех или иных ее

членов). Все то, что ритор знает о наиболее активных членах аудитории, имеющее, возможно, весьма не прямое отношение к предмету речи, но при этом очень важное для предсказания мгновенных реакций и механизмов принятия долгосрочных решений.

Для того чтобы все это успешно использовать при подготовке публичной речи, надо стараться не замыкаться в правилах и схемах.

Поэтому к своему ощущению, что стоит обратиться к аудитории или закончить речь каким-то особым образом или умолчать о чем-то, о чем планировали сказать, а о чем-то сказать сверх задуманного, – надо обязательно прислушиваться.

Но относиться к этим порывам критически.

Нужно обязательно анализировать, *почему это ощущение возникло* и к чему привело следование этому ощущению – это позволит развить ощущение аудитории и речи, научиться себе доверять и отличать лень или панику от действительно удачных интуитивных решений.

Вступление

Главные задачи вступления – выражение

- **этических отношений ратора к аудитории и предмету речи,**
- **определение места данной речи в ряду других и**
- **значения этой темы для аудитории.**

Эти задачи решаются путем последовательных шагов, направленных на то, чтобы:

- привлечь внимание к себе и к предмету,
- вызвать интерес к проблеме,
- установить главные общие места данной речи в данной аудитории,
- установить доверие аудитории к ратору.

В обычных условиях это обеспечит благоприятное отношение к предложениям ратора.

Однако условия выступления могут оказаться таковы, что обычного вступления для формирования благоприятного восприятия аудиторией риторика и его предложений будет недостаточно.

В этом случае необходимо прибегнуть к *вступлению с ораторской предосторожностью*.

Такое вступление целесообразно применять, если аудитория *заранее настроена отрицательно* или если ритор *заранее понимает*, что его предложение будет воспринято как не совместимое с ее интересами.

Вступление в такой ситуации должно быть длиннее обычного, что вполне понятно исходя из здравого смысла (из минуса в плюс выбираться дольше, чем с нуля), и более информативно насыщенным, потому что аудиторию нужно успокоить и вызвать ее доверие. Когда аудиторию заставляют думать, она вынуждена отвлекаться от эмоций, потому что сразу и думать, и сердиться – сложно и неудобно. Проблема в том, чтобы так заставить думать – ведь для этого нужно переключиться, а для того, чтобы сердиться, переключаться не нужно.

Логика построения вступления с ораторской предосторожностью строится примерно так:

1. *Присоединяемся* к эмоциональной оценке проблемы и высказываем огорчение, что приходится выступать в таких сложных условиях.

2. Устанавливаем общие места (в основном нравственного, но не только! – обязательно должны быть и специального характера), объединяющие с аудиторией, и представляем их *более важными*, чем те, что нас разделяют.

3. Высказываем *понимание и уважение* позиции аудитории и ссылаемся на *чувство долга и ответственности*, которые, тем не менее, заставляют нас отстаивать противоположную позицию.

4. Позицию аудитории представляем как *коллективную, вызванную естественной эмоцией* (страхом, гневом, усталостью, внушением), но при этом как *не самостоятельно выработанную и продуманную*. Прямо «в лоб» этого лучше не говорить, поскольку несамостоятельность позиции может оказаться обидным обвинением, но к этому надо подвести.

5. Показываем, что *аудитория неоднородна* в отношении к этой проблеме, находим те пункты, в которых ее можно разделить.

6. Утверждаем, что *вместо мнения, основанного на эмоциях, необходим взвешенный и трезвый анализ проблемы* на основе выявленных общих мест.

В результате аудитория отвлекается от коллективной эмоции и даже подсознательно начинает от нее дистанцироваться, поскольку считать, что имеешь взвешенное мнение, более приятно, чем считать, что находишься во власти коллективной эмоции. По этой же причине она максимально разделяется – никто не склонен считать себя склонным к стадности. А значит, среди аудитории уже можно попытаться найти если не сторонников, то, по крайней мере, тех, кто готов выслушать.

7. Общие позиции противопоставляем расхождениям как явно *менее значимым*.

После такого вступления сразу переходим к аналитической аргументации, потому что она требует внимания, а следовательно, снижает накал эмоций, и аудитория, успокоенная вступлением, увлекшись восприятием аналитической части, окончательно забудет свою первоначальную эмоциональную противопоставленность риторике.

Пример вступления с ораторской предосторожностью приведен в соответствующем разделе Приложения.

Еще один вид вступления – это так называемое *вступление в толпе*.

Имеется в виду ситуация, когда аудитория сильно возбуждена и вообще ничего не хочет воспринимать. Главная задача такого вступления – вообще добиться внимания и удержать его в дальнейшем.

Для этого имеет смысл не переламявать настроение аудитории, а, наоборот, постараться его возглавить.

Надо поддержать ее эмоцию и развить ее, доведя до предела, – это само по себе разрядит ситуацию. В этот момент желательно призвать аудиторию к какому-то совместному действию типа пения или скандирования лозунгов. Не во всех ситуациях это уместно (а откровенно говоря, даже мало в каких). Однако надо постараться что-то придумать, например, перейти в другое помещение, переставить

какую-нибудь тяжелую мебель – сделать вместе что-то, требующее физической активности.

Если риторю не удастся переключить таким образом эмоцию аудитории на себя, то в лучшем случае его проигнорируют, в худшем же он окажется раздражителем, стоящим на пути объединенной возбуждением толпы, а это не всегда заканчивается мирно.

Если же такое вступление риторю удастся, то дальше он может вести аудиторию практически куда угодно. Единственная оговорка – этот достаточно высокий уровень эмоции придется поддерживать на протяжении всей речи, а это может быть очень трудно даже чисто физически.

Обнадеживает то, что такая ситуация (безусловно, очень сложная для оратора) у ратора, практикующего публичные выступления в области защиты информации, – очень маловероятна. Но на всякий случай ее следует иметь в виду.

Разделение

Разделение – это перечисление составляющих содержания речи в том порядке, в котором они будут представлены в речи.

Соответственно, на этапе разделения риторю необходимо:

- обнаружить содержательные части (то есть разделить содержание),
- определить, что это за части, – назвать их,
- правильно их расставить.

Эти действия помогут риторю точнее понять собственную мысль и донести ее до аудитории без искажений.

Хорошо понятно, почему необходимо заранее обнаруживать части и правильно их располагать – чтобы они точно были выделены на одном основании, чтобы ничего не было пропущено и т. д.

Менее очевидно, для чего нужно их *называть*. Называние (или номинация) – это вообще очень важная вещь. И не только в том смысле, что «как вы яхту назовете, так она и поплывет» (хотя для речи, и не только, этот аспект тоже имеет огромное значение). Однако тут есть

еще один момент: если мы можем назвать, значит, мы понимаем не примерно, а точно. Это само по себе очень хороший способ «довести до конца» понимание: если кажется, что что-то нащупано, но еще не совсем – надо постараться назвать. Когда это удастся и название получится ясным и емким – можно быть уверенными, что поняли, а не «догадываемся».

Соответственно, то, что ритор называет в речи, лучше будет понято аудиторией, лучше уложится.

Поэтому, несмотря на то, что в явном виде, как отдельная часть, разделение в речи должно присутствовать не всегда, его рекомендуется в любом случае составлять для себя при работе по ее подготовке, вне зависимости от того, будет ли оно озвучено для аудитории. Заметно оно все равно будет – всегда видно, насколько четко ритор себе представляет состав и последовательность частей речи – знает ли он в каждый конкретный момент, что будет сказано дальше, к чему все придет, насколько мобильно он может изменить ход речи под влиянием непосредственных обстоятельств.

Фактически, разделение можно назвать более привычным словосочетанием «план речи».

Разделение бывает 3 основных типов.

Разделение предмета – это выделение частей в самом предмете речи согласно логике: мотивируется это разделение тем, каков предмет, о котором идет речь, какие в нем есть составные части, аспекты изучения, стороны и т. д. Например, «говоря о СЗИ, мы должны иметь в виду их 1) функциональность, 2) экономичность, 3) совместимость с ПО и аппаратурой другого назначения, 4) опыт внедрения».

Разделение содержания речи – это выделение частей самого высказывания, состав тем и вопросов, которые он затронет; мотивируется задачами или условиями речи, а не самим предметом. Например, «из всего многообразия вопросов, связанных с СКЗИ, в первую очередь надо остановиться на трех, касающихся их использования: 1) для чего это в данном случае надо, 2) каковы будут основные связанные с этим сложности, 3) можно ли эти сложности как-то минимизировать».

Полемическое разделение – это выделение частей критикуемой позиции наиболее удобным с точки зрения опровержения образом; базируется одновременно на содержании критикуемой позиции и на наиболее выигрышных для ритора приемах критики. Хрестоматийный пример: «в работе есть много нового и правильного, однако правильное – не ново, а новое – неправильно».

Разные типы разделения важно не смешивать именно потому, что они построены на разных основаниях и ориентированы на разные цели и, значит – не комбинируются без нарушения логики. Представим себе разделение, звучащее так: «говоря о кошках, невозможно не сказать о кошках персидской породы, длинношерстных кошках, хвостах и повадках во время брачного периода, которые некоторые кошководы ошибочно считают копированием поведения человека». Разумеется, пример сформулирован радикально, но на самом деле смешение нескольких типов разделения всегда дает именно такой эффект.

Использовать же в речи несколько типов разделений, например, один за другим, не смешивая, а «по порядку», – тоже крайне нежелательно, поскольку за содержанием речи следить от этого становится не проще, а, наоборот, сложнее и практически совсем невозможно будет ясно понять главную мысль выступления. Это совершенно закономерно, ведь, как правило, желание использовать сразу несколько типов разделения бывает вызвано тем, что ритор не может выбрать одну главную мысль. Если действительно дороги и важны обе (или все три) мысли, то надо составить две (или три) отдельные речи, в каждой из которых будет одно разделение, работающее на свою главную мысль. Тогда, даже произнесенные подряд, эти речи будут понятны и логичны.

Итак, основные положения о разделении как части высказывания таковы:

1. разделение является основой расположения,
2. в явном виде используется в длинных речах со сложным содержанием,
3. рекомендуется использовать в официальных докладах, академических выступлениях и судебных речах,
4. располагается в начале речи,

5. состав и последовательность выделенных в разделении частей должны отражать состав и последовательность частей самого выступления.

Изложение

Изложение – это представление фактического материала.

Главное правило, касающееся изложения, состоит в том, что *чем более факты бесспорны и важны для содержания речи, тем ближе к началу речи следует располагать изложение.*

Если же значимость или достоверность фактов не очевидна, нуждается в обсуждении, то изложение помещается после тезы или разделения (если оно есть).

Изложение строится в форме *повествования, описания и объяснения.* Какую именно форму или какой их набор использовать в том или ином случае, лучше всего решать исходя из имеющегося материала и конкретных условий речи.

Повествование – это изображение последовательности событий.

Следовательно, главная его характеристика – это *динамичность* (иначе повествование получается скучным).

Динамичным повествование должно быть и по содержанию, и по форме.

Для этого оно должно быть построено по правилам сюжета (это обеспечит динамичность *содержания*).

Классический сюжет должен обязательно включать в себя:

- экспозицию (представление исходной ситуации, действующих лиц),
- завязку,
- развитие,
- кульминацию (точку наивысшего напряжения действия),
- развязку или кризис (эти два вида исхода конфликта различаются тем, разрешен он или заведен в тупик).

Только в том случае, если присутствуют все элементы сюжета, он воспринимается целостным и завершенным.

Динамичное *звучание* тексту изложения придаст акцент на глаголы, сказуемые предложений и все возможные формы слов и словосочетаний, описывающие действия.

Описание – это изображение предмета с точки зрения его строения или расположения.

Следовательно, описание – *статично*, оно призвано создать у аудитории образ предмета, картинку – *какой* он, а не как он изменялся (это задача повествования).

Для этого, с точки зрения *формы* необходимо делать упор на существительные, прилагательные, обстоятельства и определения.

С точки же зрения *содержания* описание должно быть:

- *органичным* (то есть соответствующим собственному восприятию аудитории – если ритор опишет предмет совершенно не так, как его привыкла воспринимать аудитория, то она, скорее всего, будет раздражена; соответственно, в случае, если ритору необходимо описать предмет с какой-то новой, неожиданной для аудитории стороны, он должен вспомнить правило, согласно которому 70 % воспринимаемой информации должны быть узнаваемы),

- *правдоподобным* (здесь необходимо вспомнить о законе достаточного основания и в случае, если ритор предполагает возможность недоверия к своему описанию, подготовить возможность его подтверждения – логическими или научными доказательствами, свидетельствами авторитетных для аудитории источников или наглядной демонстрацией образцов или иллюстраций),

- *интересным* (то есть помимо 70 % узнаваемого содержать и остальные 30 % – нового для аудитории),

- *информативным* (то есть быть связанным с предложением, целью речи, а не просто вставным этюдом).

Объяснение – это собственные мысли автора о предмете речи, толкующие факты, раскрывающие их содержание и выражающие отношение к ним автора.

Принципы построения объяснения связаны сразу и с логосом, и с этосом, и, стало быть, их невыполнение приводит одновременно и к непониманию, и к недоверию:

- неизвестные или непонятные аудитории факты необходимо приводить к известным и понятным,
- позиция, с точки зрения которой толкуются факты, должна быть ясной, определенной и последовательной,
- объяснение должно быть четко отделено от того, что объясняется.

Проиллюстрировать это можно на простом примере. Представим себе, что ритору нужно объяснить, что результаты проверок, проведенных пассивным СЗИ могут не повлиять на результаты попытки доступа пользователя к системе (то есть доступ будет получен или не получен, вне зависимости от результатов проверок).

Предмет речи – различия пассивных и активных СЗИ, предложение – доверенную загрузку гарантированно обеспечивают только активные СЗИ.

Прежде чем приступать к объяснению, нужно сформулировать, что именно мы объясняем: утверждение, что результаты проверок, проведенных пассивным СЗИ, могут вовсе не повлиять на результаты попытки доступа пользователя к системе, в результате чего доступ получит злоумышленник, или, если такова будет цель злоумышленника, вообще никто не получит.

Объяснение заключается в том, что результат проведенной проверки (этот результат имеет форму «да/нет»: «да, такой пользователь легален, и претендует на доступ именно он» либо как минимум одно из утверждений ложно (пользователь не является легальным, или претендующий на доступ человек не является на самом деле тем пользователем, за которого себя выдает)) пассивное средство передает процессору ПК, в который оно установлено, и именно он, а не само СЗИ принимает решение о разрешении или запрете доступа. В случае же с активным средством защиты, напротив, решение о разрешении или запрете доступа принимается собственным ПО средства защиты, которое хранится в его защищенной памяти и исполняется на его защищенном процессоре. Само по себе это

объяснение достаточно, но оно может быть отнюдь не достаточно для данной конкретной аудитории.

Тогда этот факт следует привести к более понятному – о том, что в ПО компьютера, которое хранится и исполняется вне СЗИ, злоумышленником может быть установлена программа, перехватывающая результат проверки и передающая вместо него программе, принимающей решение о доступе, всегда ответ «да», из-за чего доступ будет получать каждый, или всегда ответ «нет», из-за чего доступ не получит никто. В случае же с активным средством такая ситуация невозможна, поскольку результат проверки *никуда не передается*, а обрабатывается самим СЗИ.

Если не отделять объясняемый факт от объяснения, то изложение получится менее ясным, а для критики это недопустимо – у аудитории обязательно возникнет подозрение в тенденциозности: в данном случае в том, что ритор очерняет пассивные СЗИ, ссылаясь на малозначимые отличия принципов их работы от принципов работы активных средств. Сформулированный же отдельно объект дальнейшего объяснения – в чем конкретно состоит это «малозначимое» отличие – поможет аудитории лучше понять само объяснение.

Если же не свести непонятные факты к понятным, то объяснение не только не выполнит свою прямую функцию, но и вызовет закономерное внутреннее раздражение у слушателей – когда человек с трибуны разговаривает сам с собой, хочется уйти и не мешать ему.

Обобщение

Обобщение – это вспомогательная часть речи, служащая связи основной аргументации с побуждением.

Обобщение нужно в том случае, если логика, приводящая к побуждению, не достаточно очевидна.

Хорошо понятно, что для самого ратора логика, приводящая к побуждению, совершенно очевидна в любом случае, потому что это *его логика*, поэтому ориентироваться на собственные ощущения в данном случае не очень надежно.

Развитие аргументации может строиться на последовательной либо на параллельной аргументации:

1. Последовательная аргументация.

$D1 \Rightarrow D2 \Rightarrow D3 \Rightarrow Dn \Rightarrow \text{Побуждение.}$

Побуждение очевидно вытекает из цепочки доводов, в свою очередь вытекающих друг из друга.

2. Параллельная аргументация.

$\left. \begin{array}{l} D1 \\ D2 \\ D3 \\ D4 \end{array} \right\} \Rightarrow \text{Побуждение.}$

При таком построении аргументации логика существенно менее очевидна, хотя, казалось бы, напрямую с побуждением связан *не только последний, а все доводы*, но вместе с тем к концу речи аудитория, как правило, уже не так хорошо помнит первые доводы, чтобы легко связать их с побуждением.

Поэтому если не помочь аудитории обобщить все доводы и уложить их в общую логику, то у подозрительной аудитории может возникнуть ощущение, что ею манипулируют, нагромождая случайные, несвязанные аргументы¹⁰.

Помимо этого, обобщение *целесообразно*, и если доводы расположены не параллельно, а последовательно, но при этом их много или они сложные – тогда логику удержать довольно сложно, начало речи аудиторией может быть уже забыто, и обобщение сможет помочь восстановить логику и воспринять побуждение органичнее.

Обобщение совершенно необходимо, если доводов даже мало, но они при этом *разнородные*. Обобщение в этом случае должно привести их «к общему знаменателю».

В качестве довода может выступать

- описание чего-либо или какое-либо положение дел,
- повествование о каком-либо факте,
- объяснение какой-либо логической или эмпирической связи,

¹⁰ Если аудитория не подозрительная, а, наоборот, доверчивая и расположенная к риторике, то нагромождение аргументов произведет на нее очень хорошее впечатление, но лучше не рисковать.

- сравнение с каким-либо прецедентом,
- ссылка на авторитетное мнение.

Вполне естественно, что все это звучит совершенно по-разному, аудитория по-разному реагирует на такие доводы: на каких-то включается образное восприятие, на каких-то – эмоциональное, на каких-то – логическое; за объяснением надо внимательно следить, при ссылке на авторитет – проникнуться уважением и т. д.

После таких разнообразных эмоций у аудитории вместо ясности может возникнуть некоторая сумятица – и победить ее поможет именно обобщение, которое разложит все по полочкам.

Если же речь построена линейно и по объему она небольшая, то обобщение не обязательно.

Важно, чтобы обобщение не было просто кратким повторением сказанного, а содержало *какое-то развитие*, было новым шагом в понимании темы, иначе оно получится скучным и формальным.

Нужно применить какой-то неожиданный ход, красивый образ или яркую параллель. Лучше всего – именно в обобщении привести положение к топосу.

Необходимо отдельно отметить, что в обобщении мы реализуем уже *пафос*, так что оно обязательно должно быть уместно эмоциональным.

Наконец, самое главное требование к обобщению: *оно должно напрямую приводить к побуждению*.

Побуждение

Для того чтобы побуждение получилось эффективным, необходимо учитывать 2 основных требования:

1. Пафос побуждения должен быть уместным.

Побуждение обязательно должно быть эмоционально окрашено, иначе на аудиторию невозможно воздействовать. Но если пафос будет излишним или неуместным, то это вызовет раздражение или пренебрежение. Человек, который не умеет держать себя в руках, чересчур лично воспринимает профессиональный разговор, неуместно саркастичен или движим другими посторонними эмоциями, не вызывает желания последовать за его предложением.

2. Побуждение должно быть оптимистичным.

Даже если повод и содержание речи печальные или речь мотивирована каким-то возмутительным событием или состоянием дел, то побуждать аудиторию необходимо все равно к чему-либо такому, что сможет хоть в некоторой мере улучшить ситуацию или хотя бы остановить ее ухудшение.

Аудитория должна увидеть, что не надо опускать руки, что от нее что-то зависит, поскольку аудитория, движимая пессимистичным или негативным пафосом, может быть деструктивна и даже опасна.

Общие правила построения побуждения таковы:

1. Завершение речи должно быть кратким, ясным и запоминающимся.
2. Аудитория должна четко понять предложение – к чему ее призывали.
3. Побуждение должно быть легко воспроизводимо, чтобы слушатели могли передать его дальше (в частных беседах или собственных выступлениях) – без искажений.
4. Ложный пафос компрометирует ратора.

III. Выражение

Выражение – это этап работы над речью, представляющий собой создание высказывания на уровне текста.

Если аудитория сориентирована на то, чтобы понять ратора, то с точки зрения выражения, для того чтобы речь была *понята правильно*, она просто не должна содержать речевых ошибок.

Но этого, как правило, не достаточно для того, чтобы речь оказалась *эффективной*.

Совершенно очевидно это, например, на таком примере: если мы напишем какой-либо документ без ошибок, но не соблюдая норм построения и оформления документов этого типа, то документ не получится – он не будет иметь юридической силы и юридической значимости, то есть не будет собственно документом. Хотя *понятен* он будет.

К счастью, публичное выступление – это не документ, и несоблюдение формальных требований к нему менее критично. Однако хорошо понятно, что, выступив на совещании с очень конструктивным предложением в стихотворной форме, можно добиться очень живого внимания к себе и даже медицинской помощи, но вряд ли – реализации своего предложения¹¹.

Главная характеристика речи с точки зрения выражения – это *стиль*.

Стиль – это слово, использующееся в самых разных смыслах (в том числе терминологически) в различных дисциплинах. Из-за этого происходит масса недоразумений, приведших со временем к

¹¹ В этом утверждении могу отчасти сослаться на собственный опыт: за одно из изложений в старших классах школы (о мужественном поступке Ивана Александровича, который, несмотря на преклонный возраст и сентиментальные воспоминания, связанные с липой, залез на дерево и отпилил ветки, заслонявшие солнце каким-то полезным посадкам), написанное мной в стиле быliny, получила двойку, хотя с точки зрения соответствия жанру былин текст был практически безупречен.

тенденции чуть ли не полного отказа от этого понятия – за его якобы неточность и размытость.

Попробуем индуктивно (то есть от частного – к общему) определить, что такое стиль в наиболее общеупотребительном смысле слова, не искаженном практикой применения для специальных целей.

Мы знаем различные стили:

- музыки,
- живописи,
- архитектуры,
- литературы,
- поведения,
- одежды,
- жизни и т. д.

Попробуем оценить, что общего у всех этих стилей. Первое, что бросается в глаза, – это то, что стиль – всегда стиль *чего-то*.

Вместе с тем очевидно, что стиль может быть *не у всего*. Например, невозможно сказать «стиль мыслей» – только «образ мыслей», а стиль – *выражения* мыслей. Нельзя что-то решить в каком-то стиле («решить в стиле Черчилля» – звучит явно абсурдно), но может быть «решение в стиле...» – если речь идет о решении как результате, а не как мыслительном действии. Можно в каком-то стиле решить задачу (то есть опять же – предложить решение в определенном стиле – стиль характеризует само решение, а не его принятие).

То есть получается, что стиль присущ тому, что имеет внешние, формальные проявления, чему-то наружному, а внутренним, не имеющим физических проявлений понятиям и явлениям – не присущ.

И второе, что становится заметным, если поискать общее между стилем, например, жизни и музыки – это то, что на основании маркеров стиля мы объединяем объекты в какие-то группы, группируем по стилю.

Сформулируем определение на основе выявленных свойств.

Стиль – это сочетание определенных и согласованных между собой формальных признаков, создающее устойчивый образ и являющееся основанием для эстетической оценки.

Сужая это определение для применения к публичной речи, получим следующее:

Стиль публичной речи – это сочетание осознанно отобранных выразительных средств, создающее образ самой речи, образ ратора и являющееся основанием для ее оценки.

Из этого определения вытекает несколько основных следствий:

- просто правильный язык еще *не является стилем*;
- не всякая особенная манера выражаться является стилем, а только осознанно и комплексно сформированная, *целостная*;
- поскольку стиль или его отсутствие влияют на оценку речи, это не факт личной биографии ратора, а *объективное свойство речи как продукта*.

То, что понятие стиля используется в различных дисциплинах без взаимоувязки внутреннего содержания, особенно удивительно потому, что эти, на первый взгляд действительно очень разные значения на самом деле не только обнаруживают общие черты (причем, как ясно видно из определения, черты формирующие, а не второстепенные), но и образуют стройную и логичную градацию. Для того чтобы ее построить, надо попробовать понять, *какую именно информацию* дает нам стиль того или иного предмета или явления, что мы узнаем об объекте, анализируя его с точки зрения стиля.

По стилю музыки, живописи, архитектуры, одежды, речи мы легко узнаем, *какой эпохи* (и, что не менее важно, про какую эпоху) это произведение.

Это **исторические стили**: архаика (скульптура, живопись, литература), классика (скульптура, архитектура, литература, театр), романский стиль (архитектура), готика (архитектура, живопись, скульптура), классицизм (архитектура, литература, театр), романтизм (литература), модерн (литература, архитектура, живопись, театр, кино), постмодерн (литература, архитектура, живопись, театр, кино), сюрреализм (литература, архитектура, живопись, музыка, театр, кино) и многие другие.

Также по стилю мы легко понимаем, *что перед нами* – униформа или вечернее платье, церковь или больница, заявление или письмо.

Соответственно, нам становится ясно, *для чего* этот объект предназначен.

Это обеспечивают **функциональные стили**.

Часто стиль определяется сразу целым рядом факторов, и, оценив объект, мы можем сделать выводы сразу о некой совокупности *условий* его бытования: например, глядя на школьную форму, мы можем сделать вывод о том, что это собственно школьная форма (а не, например, форма официанта), какой страны (английская, русская, советская, японская, etc.) и какого времени, для мальчика или девочки, какого возраста (младшая / средняя / старшая школа), о статусе учебного заведения, в котором заведена именно эта форма (частная или государственная, элитарная гимназия или простая школа, школа при каком-то университете) и т. д. Такой же яркий пример – разговор на одну и ту же тему (например, об одном и том же событии) между разными людьми в разных условиях: ровесники-подростки в своей компании, взрослые ровесники с высшим образованием в офисе, студенты со своим преподавателем на семинаре, те же студенты с тем же преподавателем на перемене – примеры можно приводить бесконечно.

Совокупность особенностей, на основании которой мы делаем выводы такого рода, – это **окказиональный стиль** (от англ. occasion – случай, условие).

Наконец, в ряде случаев по стилю мы можем узнать *автора*, будь то произведение (в стиле Тарковского / Кандинского / Державина / Юдашкина) или, например, какой-то вполне ожидаемый от определенного человека (или персонажа) поступок (в стиле Терминатора / Жириновского / Плевако).

Это **индивидуальный стиль**.

Не нуждается в дополнительных доказательствах тот факт, что перечисленные виды стиля находятся в отношениях соподчинения: внутри каждого исторического стиля могут выделяться функциональные, внутри функциональных – окказиональные, внутри окказиональных – индивидуальные.

Все это, вне всякого сомнения, применимо и к публичным речам. Образ речи создается гармонией всех типов стилей, но если недочеты

на уровне индивидуального стиля – досадны, но все же не критичны, то ошибки на уровне стилей более высоких уровней могут уже серьезно снизить эффективность речи, мешая достижению и присоединения, и согласия, и доверия. Именно поэтому индивидуальный стиль – это *дополнительный плюс* оратора, нужно стараться его выработать и следовать ему, а остальные типы стилей – это *правила*, обязательные к выполнению, их невыполнение – ошибка, минус, а не просто отсутствие плюса.

Еще один контекст, в котором слово «стиль» по отношению к языку и речи встречалось всякому образованному человеку, – это «теория трех стилей (штилей)» или «три стиля (штиля) Ломоносова» – высокий, средний и низкий стили языка.

Это исторически сложившееся название, идущее в российской традиции непосредственно от М. В. Ломоносова, который таким образом назвал особенности языка, использующегося в текстах разной степени авторитетности или в текстах о предметах разной степени авторитетности, важности.

«Высоким стилем (штилем)» говорят и пишут тогда, когда желают подчеркнуть важность, величие или возвышенность предмета или самого текста, «низким стилем» – желая подчеркнуть простоту предмета или подхода к нему, а «средний стиль» нейтрален в выражении этого аспекта значения.

Не трудно понять, где место этих «стилей» в приведенной градации – эти особенности входят в систему *окказиональных стилей*. Современное название для этого явления – **регистры языка**: высокий, средний (нейтральный) и низкий (простой).

Печально распространенным является убеждение, что низкий регистр – это непременно грубые слова. Это отнюдь не так: простыми словами совсем не обязательно ругают – ими также говорят о чем-то близком, родном, о чем-то таком, с чем невозможно (или не хочется) устанавливать дистанцию. Это, например, такие слова, как «кушать», «личико», «мордашка», «кисулик», «беленькая» (о водке) и т. д.

Правильное использование регистров языка – особенно на уровне лексики – безусловно, очень важно для создания верного стиля публичной речи (и любого другого текста!). Для того чтобы это не

вызывало серьезных затруднений, необходимо просто знать побольше синонимов (слов с близкими значениями, различающимися нюансами).

Упражнение на владение лексикой разных регистров приведено в соответствующем разделе Приложения.

Итак, индивидуальный стиль может быть достоинством или недостатком данной конкретной речи, влияющим на оценку аудиторией, а исторический, функциональный, окказиональный стиль (в том числе регистры языка – так называемые высокий, средний и низкий стили) – это правила, которые при реализации речи обязательно должны быть выполнены.

Поэтому с точки зрения риторики собственно стилем правильно считать только индивидуальный стиль – именно он полностью соответствует сформулированному выше определению.

Все остальные типы стилей с точки зрения риторики (то есть применительно к публичным речам) относятся к понятию *слога*.

Слог

Слог – это совокупность общеобязательных выразительных средств и качеств, обеспечивающая данной речи в данных обстоятельствах понимание и приемлемость для аудитории.

Значит, чтобы обеспечить *понимание*, хороший слог должен соответствовать *нормам языка*, а чтобы обеспечить *приемлемость* – *нормам ведения речи* того или иного типа.

Отсюда вытекают 5 качеств хорошего слога –

- правильность,
- чистота,
- ясность,
- уместность,
- гармоничность.

Правильность и чистота достигаются выполнением норм языка, а ясность, уместность и гармоничность – выполнением норм ведения речи.

1. Правильность слога определяется соответствием общим и частным нормам современного литературного языка.

Общие нормы современного русского языка:

1. *орфоэпические* (произнесение слов и словосочетаний, ударение: хэш (а не х'еш), флэш-память (а не фл'еш), включишь (а не включишь), начата (а не начата));

2. *морфологические и словообразовательные* (образование мн. ч., производство одного слова от другого, использование правильных моделей словообразования: драйверы (а не драйвера), договоры, директория (ж. р., а не директорий), компонент (м. р., а не компонента (кроме математического значения)), портирование (от порт, а не от partition), генерация, а не генерирование, но сгенерировать, а не сгенерить и т. д.);

3. *лексические* (нельзя преодолеть проблемы – только трудности, а проблемы – решить, разрешить или снять; задачу – решить, а на вопрос – ответить, предположение – высказать, а решение – предложить, уязвимости блокируют, а атаки – отражают (или противостоят им) и т. д.);

4. *логико-синтаксические* (нормы, регулирующие правильность смысловых связей элементов предложения: случаи типа «отключить Интернет от компьютера» (правильно – «отключить компьютер от Интернета»);

5. *синтаксические* («пробегая мимо городского, сей страж порядка был возмущен неприличной скоростью бега литераторов в людном месте» – так сказать по-русски нельзя: у действия, выраженного глаголом и у действия, выраженного деепричастием, должен был один субъект (то есть получается, что «мимо городского» пробежал «страж порядка»); неправильно говорить «в этой связи» – надо «в связи с этим» и т. д.).

Если речь письменная, то, разумеется, необходимо соблюдать также нормы орфографии и пунктуации – текст, написанный с ошибками, всегда производит крайне неприятное впечатление.

Частные нормы современного русского литературного языка – это нормы, определяющие правила построения отдельных типов высказывания: система функциональных стилей.

Функциональные стили бывают: обиходно-разговорный, научный, официально-деловой и публицистический. Их разберем ниже отдельно, так как это большая тема.

2. Чистота слога – это однородность речи по отношению к общим и частным нормам литературного языка и отбору выразительных средств.

Соответственно, «нечистый слог» – это значит «неоднородный». То есть главных ошибок в этом смысле две – это

а) засорение речи неуместной или избыточной терминологией, архаичными словами или, наоборот, неологизмами, сленгом, просторечным выражениями (то есть любыми чужеродными словами);

б) неверное использование или смешение функциональных стилей (использование, например, в официально-деловом стиле вкраплений обиходно-разговорного или научного звучит довольно дико и смешно – представим: «Поскольку архитектура устройств данного типа включает в себя криптографический сопроцессор, шифруют они так быстро, что глазом моргнуть не успеешь»).

3. Ясность слога – это качество, которое обеспечивает понимание речи всяким, кто владеет тем же языком, с первого раза.

Главная ошибка, к сожалению, очень распространенная в наше время, – считать, что неясная речь звучит более «умно». «Наукообразие» производит впечатление только на крайне низко квалифицированную аудиторию, от которой вряд ли можно добиться серьезных результатов в смысле присоединения (не говоря уже о том, что сделать то, что хочет от нее ритор, аудитория любого уровня квалификации может только в том случае, если она это поняла). Слушателей же с достаточно высоким уровнем образования, квалификации и/или ответственности неясный слог только раздражает. Ясный же, напротив, всегда и всеми воспринимается очень легко, и содержание речи быстро усваивается. Больше того, чем более искушенной является аудитория, тем выше она ценит ясность слога.

Чтобы добиться слога такого качества, надо использовать слова в их словарных значениях, не нарушать без необходимости стандартного порядка слов, использовать понятные и не очень длинные конструкции. Ни в коем случае нельзя забывать, что длина фраз в письменной и в устной речи просто не может быть одинакова – даже если ритор не запутается сам в своей фразе, это обязательно сделает аудитория.

4. Уместность слога – это, в первую очередь, правильное использование регистров языка.

В настоящий момент с высоким стилем в нашей стране нужно быть осторожным, поскольку в целом идет «игра на понижение» и даже официальные лица стараются говорить как можно ближе к полукриминальному сленгу, очевидно, путая эту так называемую жесткость с определенностью позиции. Брать с них в этом пример ни в коем случае не надо, помня об остальных ораторских нравах, которые следует демонстрировать аудитории, в частности, скромности и доброжелательности. Однако иметь в виду эту общую тенденцию необходимо – высокий стиль при таких обстоятельствах очень заметен и при малейшем сбое или фальши будет звучать смешно и неестественно.

В целом, речь в высоком стиле или, в еще большей степени, при комбинировании стилей – может звучать значительно ярче и обаятельнее, чем речь, оформленная в среднем, нейтральном регистре языка. Но если у ратора есть хоть малейшие сомнения в себе или аудитории – этого лучше избегать и произносить речь в нейтральном регистре.

5. Гармоничность слога. Главный критерий, говорящий о том, что слог гармоничен, – это невозможность выразить мысль иначе, не исказив ее и не испортив звучания.

Это достигается применением разного рода «фигур речи» (эпитетов, метафор, метонимий и пр.), расположением слов и конструкций в предложениях, ритмом речи, создаваемым сочетанием коротких и длинных фраз и фрагментов. Речь звучит гармонично в том

случае, если все эти применяемые ритором приемы лучше всего соответствуют содержанию речи.

Это очень важное дополнение, потому что каким-то образом слова расположены в любом случае и какой-нибудь ритм у речи обязательно есть, но если это никак не работает на содержание, то никакой особенной гармонии это речи не придаст, не говоря уже о том, что использование фигур речи не к месту создает впечатление значительно худшее, чем их полное отсутствие.

Помочь выработать гармоничный слог могут, в первую очередь, осознанная работа над ним и тренировки, а кроме того – чтение и восприятие на слух чужих текстов и оценка их с точки зрения примененных средств выразительности. В Приложении приведены перечень фигур речи и их краткие описания – в рамках тренировки имеет смысл попробовать себя в их применении, но на публику выносить их все же стоит очень осмотрительно, не в ущерб остальным описанным выше характеристикам хорошего слога.

Вообще говоря, использование тропов и иных средств языковой выразительности находится на стыке понятийных полей, связанных со *стилем* и со *словом*, поскольку формируют и *индивидуальный стиль* оратора, и *соответствие речи нормам*, принятым в различных сообществах и кругах.

Например, недовольные мною студенты жалуются, что при формулировании замечаний я использую «поговорки и различные крылатые выражения», и это их обижает. Я, действительно, это делаю, и делаю не затем, чтобы показаться ближе к адресату или от него дистанцироваться, а скорее затем, чтобы быть более точно понятой, ведь «поговорки и крылатые выражения» довольно наглядны и являются «общими местами». Собственно, именно этим и обидно такое объяснение – сделать *очевидную* ошибку ощутимо обиднее, чем такую, которую нужно долго и сложно объяснять. В то же время, коль скоро мнительных молодых людей травмирует языковая образность, я, будучи ритором с большим опытом, готова отказаться от этого средства и применять его только в отношении студентов без ментальных проблем.

Этот пример приведен для того, чтобы подвести к пониманию *роли* тех признаков, которые автор сообщает тексту на стадии «Выражение», подбирая те или иные слова, формулировки, фигуры речи. Именно на эти признаки опирается *в первую очередь* адресат текста при его анализе – причем и вольном, целенаправленном, и невольном, подсознательным. И лишь *затем*, если на этом этапе не возникло полного неприятия или непонимания, может быть проведен с тем или иным успехом анализ прямого содержания текста.

Анализ текста производится по-разному в зависимости как от назначения самого текста, так и от задач чтения или слушания его конкретной аудиторией. Мы по-разному анализируем личный имейл, блог, литературное произведение, научную или техническую статью, доклад и выступление на совещании – даже если они *предметно* решительно об одном и том же. Они могут даже содержать одно и то же *предложение* (что само по себе не очень правильно, но в жизни такое вполне может быть). И в одном из этих текстов может быть достигнуто присоединение, а в других нет. И случиться такое может именно потому, что мы по-разному анализируем тексты разных назначений в разных обстоятельствах.

Значимым или не значимым могут быть признаны, например

- контекст,
- намерения автора,
- общественная роль автора,
- и тому подобные обстоятельства.

В определении важного и неважного аудитория, разумеется, свободна, но есть некоторая общая логика.

Например, если создается «нетленка» лучше делать ее как можно менее зависимой от *контекста*, так как спустя значительное время, когда контекст изменится, правильным образом его учитывать будут единицы. Большинство же в лучшем случае не станет учитывать, а в худшем будет интерпретировать контекст неверно. Причем заранее неизвестно, *как именно* неверно, поскольку неизвестно, как именно изменится контекст. В любой момент в любой отрасли может случиться что-то такое же, как произошло с курсами по древнегреческой

философии, которые стало необходимо реформировать, чтобы уравнивать количество изучаемых авторов разной расовой принадлежности. Если держать в голове возможность таких поворотов, то в привычку войдет делать акцент только на том, что действительно важно, и «не попадаться по мелочам». Если контекст изменится настолько, что потеряют актуальность *принципиальные* для содержания или для формы текста аспекты, то это будет значить, что текст себя изжил, и это нормально. Но по крайней мере нужно сделать все, чтобы он не потерял силу только лишь от того, что массами овладела какая-то новая идея, далекая от вашей главной мысли, но входящая в конфликт с малозначимым для вас примером или приемом, который вы использовали.

Еще раз замечу, что так аккуратничать имеет смысл только в том случае, если вам необходимо сделать *очень живучий* и в то же время *целесообразный* текст. Если текст решает свою задачу и после этого становится историей, то достаточно учитывать текущий контекст. Если важно, чтобы текст провоцировал споры, а не решал какие-то задачи, можно специально «дергать кошку за усы». Все зависит от того, чего вы хотите от текста.

А вот когда вы *анализируете* текст, и понимаете, что вас смущает что-то *в контексте*, целесообразно оценить, насколько текст и контекст связаны. Действительно ли важно, что все авторы изучаемых произведений – белые, если эти произведения – *древнегреческие* трактаты? Или, если приводить пример все же именно на тексте – действительно ли вас должно смущать, что в «Евгении Онегине» не упоминаются азиаты (но хотя бы упоминаются инвалиды, кстати), а все герои «Острова сокровищ», кроме мамы Джима – мужчины? Или это все-таки неважно, поскольку тексты *вообще не об этом*?

Отдельно хочется остановиться на том, что различные упреки в неэтичности (являющиеся, кстати, ничем иным, как «шеймингом»¹² в понятийной системе блюстителей новой этики) зачастую используются отнюдь не потому, что с вашим текстом или с вашим поведением действительно что-то не так, а потому, что это прекрасный

¹² Шейминг – (shame – стыдить, *англ.*) – выражение публичного осуждения за несоответствие принятым в обществе нормам и стереотипам с целью вызывать у жертвы чувство стыда за что-либо.

инструмент введения в панику. Нужно быть довольно твердо уверенным в себе и своих действиях, чтобы не испытывать нервозность от обвинений в по-настоящему неприемлемых поступках или намерениях, сколь бы абсурдными ни были сами эти обвинения. Однако помните, что за ними, как правило, не стоит ничего, кроме желания вам досадить и помешать. Старайтесь отличать случаи, когда ваши действия или слова действительно могут сделать кому-то больно, а когда вами просто пытаются манипулировать. Приведу еще один очень показательный пример из личной практики – один из враждебно настроенных ко мне студентов очень эмоционально обвинял меня в социальных сетях в виктимблейминге¹³ – в связи с тем, что я объявляю в этом учебнике о том, что аудитория должна быть готова разделить с ритором ответственность за речь и ее последствия. Это настолько нелепо, что не нуждается в серьезном комментировании, однако, не скрою, это обвинение мне было крайне неприятно, потому что винить жертву – плохо, а я – хорошая.

Насколько и в каких случаях важно учитывать *намерение автора* при анализе текста, зависит от того, насколько намерения автора вообще могут на аудиторию повлиять. С моей личной точки зрения – их учитывать необходимо всегда, и всегда нужно стараться их понять, если они не очевидны. На этот счет есть и иные точки зрения, но поскольку нас интересует в первую очередь прикладная риторика в сфере защиты информации, а не литература, история и публицистика, то, как все прикладное, с *намерениями* она связана наиболее тесным образом. То, *чего именно* автор хочет на самом деле – точно важно, потому что хочет этого он так или иначе *от нас*.

Насколько важно то, какова *общественная роль автора*, зависит от ситуации в социуме – люди разных социальных ролей могут быть более или менее влиятельными при том или ином способе организации общества. В более ощутимо иерархизированных социумах (особенно, если эта иерархизация легализована) от того, кто перед вами зависит

¹³ Виктимблейминг – (victim blaming, обвинение жертвы, *англ.*) – явление, когда на жертву преступления, несчастного случая или любого вида насилия возлагается полная или частичная ответственность за произошедшее с ней.

едва ли не больше, чем от содержания текста, который он произносит. А в социумах более демократичных разница влиятельности будет не такой контрастной, но она все равно будет, потому что кроме «выше/ниже» есть еще масса существенных обстоятельств. Например, если школьница может и даже по ее внутреннему убеждению должна оказать влияние на весь мир своей речью об экологии, то на столь же заметный эффект от речи, например, по трансграничному документообороту ей вряд ли стоит рассчитывать. И вряд ли это плохо. Иными словами, от того, *кто* перед вами, безусловно зависит то, *как* имеет, а как *не* имеет смысла воспринимать речь.

Со школьницей все довольно просто, ее можно достаточно надежно идентифицировать по внешнему виду. Но точно так же, как мы не всегда знаем о риторике достаточно, чтобы решить рациональным образом, можно ли ему доверять, и поэтому ориентируемся на этос его речи, мы во многих случаях не располагаем достаточной и достоверной информацией о социальной роли автора (более, чем он сам считает нужным нас посвятить) и еще менее – о его намерениях. Мы не всегда знаем, кто он, и чего от нас хочет, даже если знакомы с ним лично. И составить свое представление об этом можно, как выше уже упоминалось, по топосам и мифам, на которые он опирается, а в плане выражения – по используемым им метафорам, концептам и идеологемам.

Все это носители мировоззрения автора текста, и значит, с одной стороны, они это мировоззрение *проявляют* – то есть мы его по этим проявлениям можем считывать, а с другой стороны, они его нам навязывают, так как выражают не прямо.

Слово «навязывают» здесь нужно постараться воспринимать без негативной окраски, так как основной его смысл – не «против нашей воли», а скорее *помимо* нее, незаметно для нас. Мы эти смыслы получаем «в нагрузку» к тому, ради чего слушаем или читаем текст. Любой текст нам сообщает *что-то* (некий предмет Р, смысл S) + отношение к этому «чему-то» автора, иначе просто не может быть. При этом если поговорить об отношении – не является прямой задачей текста, то оно транслируется фоновым, по большей части имплицитно, а стало быть, воспринимается незаметно или почти незаметно, не акцентированно. То есть – навязывается.

Хорошо это или плохо, честно или нечестно – вопросы некорректные, потому что это происходит обязательно, в любом случае, «само». Все, что мы как риторы можем сделать, если нас смущает «навязывание» – это по принципиальным вопросам формулировать отношение в явном виде, чтобы был возможен диалог (и, значит, возражения) и об оценках тоже. К отношению, выраженному явно, вполне можно задать вопрос. При этом, разумеется, важно не забывать об уместности произносимого, а не только о честности. А если трансляция отношения скрытая, то вопрос «почему вы так любите/ненавидите/... N», скорее всего не сможет быть задан. А если все-таки будет (иногда кто-нибудь все же говорит о том, что король голый), то вполне уместной реакцией на него будет недоуменно поднятая бровь. И доказывать «но я же ясно слышал между строк...» будет бессмысленно. Если только вы не умеете находить в тексте *признаки транслируемого отношения* – ведь в этом случае вы сможете подтвердить текстом, «с чего вы это взяли».

Итак, автор текста с помощью идеологем, концептов и метафор «вешает ярлыки» на явления, а слушатель в соответствии с этими ярлыками «каталогизирует» те явления, о которых идет речь в тексте, или ... самого автора. Это, кстати, очень важно, потому что снять с себя ярлык, повешенный своим собственным высказыванием очень сложно. Услышав идеологему, свойственную мировоззрению неприемлемого сообщества, аудитория без сомнений отнесет к нему ротора, и изменить это отношение будет крайне сложно.

Теперь, когда обрисована вся важность этих средств языковой выразительности, остановимся поподробнее на том, что же это такое, и как именно работает.

Аналогично мифу, концепт, идеологема, метафора, а также и другие приемы – аналогии, параллели и тому подобное – навязывают отношение не каким-то мистическим образом, а за счет того, что они помогают трансформировать неупорядоченные и непонятные впечатления о сложных вещах в простые и систематизированные схемы, приводят непонятное к понятному, сложное – к простому, неизвестное – к известному. О необходимости это делать при разговоре

с аудиторией уже шла речь в «Расположении», в разделе «Объяснение». Применение концептов, метафор и идеологем – *прием объяснения* (явного или скрытого). Создавая ими наглядную картинку, автор создает у аудитории ощущение ясности (возможно, ложное).

Понятия о концептах, метафорах и идеологемах, которые будут даны в этом разделе, не должны оцениваться как филологические термины, понятия даются упрощенно в той мере, в которой это упрощение уже достаточно для понимания и для применения этого понимания, но еще допустимо с точки зрения искажения этих прекрасных в своей сложности явлений.

Концепт

Концептами называются такие слова, «за которыми стоит нечто большее», чем просто обозначаемый ими предмет. И это «большее» специфично для той картины мира, которую характеризует этот концепт.

Проще говоря, можно сказать, что концепты – это те слова, которые сложно перевести дословно без искажения смысла. Например, когда мы переводим «I'm happy» как «я счастлив» – это корректный *дословный* перевод. Но корректным *по смыслу* переводом было бы «я рад». На русском языке «счастлив» как правило означает все же существенно более наполненное и острое состояние. По мере усиления деловых контактов и проникновения в русский язык деловых шаблонов, конечно, не такая уж редкость сейчас прочитать в электронном письме «мы счастливы представить Вам персональную скидку...», однако, все-таки, если честно, звучит это немножко смешно. И дело, конечно, не в том, что англоговорящие люди не умеют испытывать настоящее счастье – это глупое объяснение. Просто в нашей языковой картине мира «счастье» – это концепт с особенным значением. Отдельно подчеркну, что это вовсе не значит, что «счастье» или «халява», или «воля», или «Страшный суд» невозможно перевести на другой язык так, чтобы текст был понят верно. Возможно, и хорошие переводчики способны это сделать, потому что придают этому значение, думают и стараются. Но эти переводы – *не буквальные*.

Как правило, концепты из трех рассматриваемых явлений (концептов, идеологем и метафор) – наименее действенный риторический инструмент, так как за ними в наименьшей степени стоит *отношение*, а преимущественно все же *содержание*. То есть концепт позволяет скорее экономно (коротко) выразить мысль о каком-то сложном (не в смысле *трудном*, а в смысле *комплексном*) явлении (попробуйте в двух словах точно передать смысл концепта «халява»). Выражение отношения к явлению в концепте факультативно, так как концепты характеризуют картины мира широких сообществ – как правило, языковую или конфессиональную картину мира, то есть относятся к конфессиональной или этнической культуре. Как мы помним, охват этих культур шире, но воздействие менее острое. Поэтому, кстати, совершенно не нарушает гармоничности слога эксплицитное (явное) выражение отношения к концепту, ведь по умолчанию концепты эмоционально нейтральны. Проще говоря, если один и тот же человек в каких-то контекстах будет называть той же «халявой» или, скажем, «волей» негативно оцениваемое им явление, а в других контекстах – оцениваемое положительно, то это не будет считываться как непоследовательность, разрушающая образ ратора. Выражение «вольная интерпретация» – очевидно имеет отрицательную окраску, а «вольная птица» – нет.

Таким образом, представление о концептах ратору нужно не для того, чтобы усилить воздействие на аудиторию, а скорее для того, чтобы не вызывать в ней лишних ассоциаций (но вызывать нужные). За концептом стоит некоторый устойчивый смысловой образ, и, если он вам на самом деле здесь и сейчас не требуется, используйте другое слово. Примерно такой процесс происходит в человеке, который колеблется в выборе слова между «друг» и «приятель», или самым нелепым образом заменяет слово «последний» на «крайний».

В нашей профессиональной области концептами являются «доверие», «доверенный», «контролируемая зона», «периметр» («защищенный периметр»), «контур защиты», и др.

Идеологема

Идеологема – это слово или словосочетание, указывающее на явление, имеющее общественную значимость. В отличие от концепта, идеологема обязательно включает в свое значение оценочность. Это компонент идеологии, идеологической картины мира, а значит, противопоставленность ее значения какому-то условному *противоположному взгляду* – обязательна. В основном идеологемами называют слова, означающие что-то в политическом семантическом поле. Однако «политику» тут нужно понимать расширительно, в смысле любой общественной стратегии, учитывающей текущую расстановку сил и использующую энергию разнонаправленных интересов для достижения собственных целей.

Роднит идеологему с концептами то, что она также является кратким указателем на сложное явление. При этом идеологема может менять смысл с изменением ситуации, может иметь параллельно разные смыслы, и, уж конечно, может менять свою оценочную составляющую – как во времени, так и в разных сообществах.

Примеров первого случая – изменения смысла – огромное количество, например, возьмем «товарищ». Эта идеологема означала принципиально иные отношения людей в советском обществе между собой, чем в любом другом, классовом, человеконенавистническом, где люди друг для друга только предмет эксплуатации (женщины – сексуальной, мужчины – трудовой). Когда советская власть в людях (а затем и в стране) начала умирать, обращение «товарищ» стало либо саркастическим, либо мало приличным, «товарищ» стало равно «коммунист», а это, в свою очередь, совсем уж позорно. Сейчас обращение «товарищ» является официальным в Вооруженных Силах, а также маркированно «антикапиталистическим», но маргинальным. То есть вы не можете обратиться «товарищ» в официальном письме, даже будучи коммунистом, если считаете нужным соблюдать нормы приличия, конечно.

Есть более тонкие материи. Например, идеологема «реабилитация»¹⁴, возникшая в хрущевскую оттепель (само понятие и

¹⁴ См. об этом в книге Фельдмана Д. М. Терминология власти. М., 2006.

процедура возникли раньше, но именно идеологемой это стало в рамках разработки мифа «ликвидация последствий культа личности Сталина», который в свою очередь был нужен для того, чтобы провести надежную черту, дистанцироваться от предыдущей власти без радикальной ее смены). Эта идеологема была окрашена исключительно положительно, она означала официальное восстановление доброго имени тех, кто безвинно пострадал. При этом становится не так уж важным, уходит на второй план, от чего именно пострадал – от Сталинского произвола или от действий государственной машины. В этом и состоит смысл идеологемы. Нужно подчеркнули, ненужное – закамouflировали. Таким оставался смысл идеологемы и далее, и он, казалось бы, вообще не может быть другим. Но сегодня существуют понятия «реабилитация терроризма», «реабилитация нацизма», причем второе даже закреплено законодательно – это 354.1 УК РФ. Очевидно, что такое словоупотребление противоречит словарному смыслу слова, противоречит культурной традиции и здравому смыслу. Но это новая идеологема. И вот что интересно. Сознание человека системно, даже с учетом современных тенденций к клиповости, оно стремится избегать противоречий. А это значит, что «старая» реабилитация – невинно пострадавших – постепенно сливается (хочется верить, что на момент написания этого раздела – еще не слилась) с «новой», и акценты смещаются необходимым для этого образом – от *пересмотра незаконных решений* к *незаконности пересмотра решений*. Так работают идеологемы.

Я упомянула, что идеологема возникла в ходе формирования и внедрения в общественное сознание нового мифа. Связь между мифами и идеологемами, безусловно есть. Как правило, для всякого устойчивого мифа существует одна или несколько идеологем, и выбирает автор ту, что подаст миф в нужном ему сейчас свете. Или же выбирает вообще не идеологему, а формулирует свой собственный «авторский» топос на базе мифа, чтобы сделать миф совсем незаметным и ненавязчивым.

Возьмем пример, уже приведенный в разделе о мифах – «суверенная демократия». Это одна из идеологем, выражающая миф о собственном пути России. Кстати, вторая, а точнее, как раз основная

идеологема – и есть «особый путь». Когда ее одиозность стала слишком высока и начала мешать, возникла «суверенная демократия», а «особый путь» перешел преимущественно в саркастическую модальность.

Наличие идеологем с противоположной окраской для описания одного явления – это естественная и нормальная ситуация. Примеры – «сепаратисты» и «борцы за свободу», «сырьевой придаток» и «энергетическая сверхдержава», «кулак» и «позиция силы», «агрессия» и «принуждение к миру», «репрессии» и «законность».

На примере «суверенной демократии» можно проиллюстрировать еще несколько особенностей идеологем.

Первая, уже упомянутая, касается того, что в одно и то же время одна и та же идеологема может быть для одних окрашена *позитивно*, а для других – *негативно*. Причем для обеих групп людей это будет именно идеологема, то есть отношение к ней не будет нейтральным. Яркий пример – «Крым наш».

Вторая особенность во многом объясняет то, почему идеологемы легко меняют смысл. Часто бывает, что у идеологем вообще нет «прямого смысла». Например, что такое «суверенная демократия»? Она противопоставлена какой? Какая демократия «несуверенная»? Эти вопросы задавать бессмысленно, потому что идеологема – это всегда отчасти мантра.

Примеры идеологем в нашей предметной области – «импортозамещение», «отечественный» («российский»), «сертифицированный», «лицензиат», «инновационный».

Метафора

Метафора – это фигура речи, устанавливающая аналогию между явлениями на основании сходства каких-либо их черт.

Хорошо понятно, для чего ритору это может быть нужно. Он устанавливает некоторое общее свойство, на этом основании объявляет явления схожими «в целом», и достраивает (сам, или за него это делает аудитория, если ритор успешно ее к этому подвел) их общность в остальных аспектах.

К слову, также работают в тексте и другие способы переноса, например, *метонимия*. Вы, наверняка, слышали рассуждение,

построенное примерно так. Считать образование услугой – возмутительно. Услуга – это, например, маникюр. То есть учитель вам маникюрша?!

В этом рассуждении безумно все, включая совершенно незаслуженное пренебрежение маникюршами. Однако, это работает, так как установлена *смежность явлений*: образование – услуга; маникюр – услуга; значит, образование – как маникюр. Это, конечно, полная чушь, и такие рассуждения надо хорошо видеть и компрометировать при первой возможности.

Метафоры работают принципиально так же, и наша задача *как ритора* – использовать их грамотно и эффективно, а *как аудитории* – видеть их в чужом тексте и воспринимать осознанно, отдавая себе отчет в том, что и почему уравнил автор.

Например, называя университет *alma mater* на основании того, что он нас растит и воспитывает, питает знаниями, делает детей взрослыми, мы также сообщаем ему еще свойства заботы о нас, нежные чувства (его к студентам и студентов к нему), свойственные отношениям матери и детей. То есть *содержание*, роднящее понятия, выражены метафорой явно, а *эмоции*, связанные с этим, считаются заодно, скрыто.

Интересно, что удачная, неязвенная метафора может мотивировать в аудитории *домысливание* построенной параллели, и она сама уже за ритора будет находить какие-то новые общие черты у явлений, которые ритор уподобил в метафоре.

Например, есть привычная (но от этого не менее действенная) метафора «раковая опухоль» (и далее название какого-либо плохого явления – коммунизма, безграмотности, вплоть до совершенно безумно звучащего «раковая опухоль бесплодия»). Это привычно воспринимается как нечто очень плохое, трудно победимое, а в запущенной стадии и совсем непобедимое, болезненное и быстро растущее явление. Все это достраивается в голове само собой, без участия какого-то специального анализа, но в то же время каждый аспект этой параллели можно, если потребуется, развивать в речи, укрепляя эмоциональную связь между уподобленным явлением и одной из самых страшных болезней.

Однако если взять и назвать негативное явление иначе – ползучим лишаем, например? Те же манипуляции уже придется проделать сознательно. Получится «неприятное, но не слишком опасное, легко заразное, трудно выводимое, в общем, противная штука, лучше от нее держаться как можно дальше». За счет того, что человек проделал эти нехитрые мыслительные ходы *сам*, результат этого осмысления он уже ощущает *собственным выводом*, а не навязанным метафорой мнением.

По этой же причине может быть очень продуктивным, если автор обозначает общее свойство, *не называя предмет*, с которым он тем самым сравнивает то или иное явление. Тогда, если аудитория сама достроит образ, она опять же будет считать это собственным выводом, а не навязанным. Например, ходило в свое время много споров о том, как так вышло, что, не будучи еще Президентом, В. В. Путин объявил о намерении «мочить в сортире» террористов, что он, собственно, хотел этим сказать. Была масса версий, про это можно теперь даже прочитать в Википедии, но спустя много лет, по накоплении опыта восприятия его речей, можно уверенно сказать, что он хотел дать понять, что террористы от страха побегут в туалет, и там-то их будут ждать силовики. Вообще соединение операций силовиков с туалетной тематикой и образностью в речах этого политика можно услышать крайне часто.

Этот случай, кстати, показывает, что даже не осмысленная до конца аудиторией метафора вполне может оказаться ей по душе. Но это не всегда сработает именно так. Например, до сих пор я всегда считала, что штамп «враг отползает» означает, что его так сильно побили, что он не может идти, и только из одной научной книги¹⁵ по лингвистике узнала, что на самом деле это означает, что враг сравнивается со змеей. Возможно, тот факт, что вместо «враг отвратителен» я считывала «мы ого, какие вояки», и не оказал ни разу критически деструктивного влияния на мое восприятие текста, но определенно мог. Как минимум метафора не работала так, как задумано: для меня воинственность – качество отрицательное, поэтому *в пользу образа* того, чей враг отползал, это не работало, а отвратительность врага, в принципе, могла сработать в пользу образа

¹⁵ Смолененкова В. В. Основы риторической критики. М., 2020. – 192 с.

того, чей это враг. Личный пример – это не более чем личный пример. Но нельзя забывать, что риск какого-то совершенно неожиданного понимания аудиторией метафоры – всегда остается.

Примеры метафор в нашей профессиональной сфере не часто можно обнаружить за пределами рекламы, но это говорит не о том, что таково уж место метафоры, а о том, что в применении средств речевой выразительности и образности специалисты технических областей знаний зачастую чувствуют себя неуверенно. Не нужно этого делать – любой человек, не говоря уже об ученом, способен усмотреть аналогии, увидеть сходство предметов и явлений, и любой носитель языка способен их выразить.

Примеры, хоть и не частые, но есть. Приведу наиболее яркие из них – впервые прозвучавшие в монографии В. А. Конявского 1999 года, и с тех пор лежащие в основе понятийной системы, связанной с резидентным компонентом безопасности (РКБ).

Синдром Мюнхгаузена. Это попытки проверять программы программами, которые являются ничем иным, как попыткой вытащить себя из болота за косичку. Образ очень наглядный. Программа проверяет программу, но сама она не проверена, значит, ее проверяет другая программа, а та – другая. И пока все эти программы находятся «в одном болоте», эта цепочка не кончится, потому что каждую следующую программу тоже нужно проверить. И так до тех пор, пока не появится кто-то, кто будет не в болоте, а на кочке рядом: программа, хранящаяся и исполняющаяся независимо от среды компьютера, который проверяет. Это и есть резидентный компонент безопасности. *Образ Мюнхгаузена*, без сомнений сообщает и еще одну оценку – те, кто утверждает, что защита может быть реализована без независимого от контролируемой среды компонента – *врут*.

Смежная по смыслу метафора, но не несущая в себе обвинительного пафоса – *Точка опоры*, или *Принцип Архимеда*: «дайте мне точку опоры, и я переверну Землю». Вообще говоря, этот афоризм связан не с принципом Архимеда, а с винтом Архимеда, но метафора прочно закрепилась в такой формулировке. Правильно используемая точка опоры позволяет с минимальными усилиями получить очень значительный эффект, и РКБ – это именно такая точка опоры – простое (это не оценочная характеристика, а принципиальное архитектурное

свойство) устройство, позволяющее организовать доверенный старт системы и выстроить пошаговый контроль целостности, где проверенный на предыдущем шаге компонент проверяет следующий. Таким образом РКБ даже для огромных и сложных систем может быть простым и небольшим по объему программного обеспечения и используемым ресурсам, ведь он проверяет не всю систему, а только следующий контрольный механизм. Эта метафора вызывает положительные эмоции за счет того, что всем приятно малыми усилиями получить большой результат.

Последняя метафора, которую хотелось бы непременно разобрать – «*разделяй и властвуй*» или «*отчуждай и властвуй*». Изначально был сформулирован именно второй вариант – в отношении ключей и персональных идентификаторов пользователей, которые следует делать отчуждаемыми. И в этом качестве фигура речи представляла собой скорее аллюзию, отсылку к историческому афоризму, а не метафору, так как афоризм был изменен. Но в дальнейшем более широкая идея, чем отчуждение личных данных, идея *разделения ресурсов для более эффективного управления ими* – оказалась сама по себе крайне продуктивной. Однако с этой метафорой все оказалось несколько сложнее, чем ожидалось, так как сам афоризм связан с *этически осуждаемым* способом управления, разделять и властвовать – эффективно, но вроде как не совсем хорошо. И поэтому, хотя очевидно, что по отношению к информационным ресурсам на нас вряд ли могут быть возложены какие-то этические обязательства, считать, что ты «разделяешь и властвуешь» все равно как-то не совсем комфортно.

Для закрепления материала постарайтесь выполнить следующие задания. Результат выполнения заданий должен представлять собой связный текст (письменный или устный).

1. Концепты и идеологемы. Как Вы считаете «принципы» и «взгляды» – это скорее концепты или идеологемы? Мотивируйте свое мнение.

Пронаблюдайте, как распределены в риторике провластных и оппозиционных риториков (можно взять СМИ как коллективного оратора или конкретных людей) понятия «принципы» и «взгляды».

Какие их различия лежат в основе такого распределения, и о чем это на Ваш взгляд говорит?

2. Понаблюдайте, какие метафоры используются в рекламе средств защиты информации (нужно найти 5 примеров, крайне желательно – разных компаний или хотя бы разных продуктов). Какой эффект при этом достигается?

Функциональные стили

Описание функциональных стилей русского литературного языка целесообразно рассмотреть отдельно от общего описания качеств хорошего слога, поскольку свободное владение функциональными стилями эмпирически (то есть опытным путем) достигается довольно сложно, а польза от этого умения просто несопоставима с затраченными на целенаправленные тренировки усилиями.

Функциональный стиль – это подсистема языка, ограниченная определенным содержанием и назначением.

Фактически, это языковое проявление актуального в нашей современной культуре понятия «дискурс». Дискурс – явление более комплексное, включающее не только вербальное оформление мысли, но и целый ряд внеязыковых правил, условий и обстоятельств, но, по сути, его основа та же – разделение *способов выражения* по тому, *что происходит, зачем и в каких обстоятельствах*.

Каждый функциональный стиль, в отличие от дискурса, в котором далеко не последнюю роль играют интуиция и социальное чутье участника, описывается простыми и понятными правилами, по которым составляются тексты в этом стиле.

Всего функциональных стилей четыре:

- научный,
- публицистический,
- официально-деловой,
- обиходно-разговорный.

Некоторые ученые выделяют также художественный функциональный стиль, однако это неверно по определению: художественные произведения не могут быть охарактеризованы с точки зрения некоего общего содержания и тем более назначения. Кроме того, совершенно очевидно, что в художественных произведениях не только могут, но и фактически используются все функциональные стили литературного языка.

Научный стиль

Научный функциональный стиль предназначен для передачи объективной, обезличенной информации о предмете.

Соответственно, требования к этому стилю таковы:

- ясность,
- точность,
- объективность (то есть описание положения дел, а не его оценка),
- недвусмысленность,
- логичность,
- воспроизводимость результатов (это требование важно отличать от аналогичного требования к научному методу, где воспроизводимость результатов означает, что, проделав тот же исследовательский путь, можно получить те же результаты; воспроизводимость результатов применительно к стилю означает, что хорошо понятно, где в тексте описан результат, как его коротко «выписать» и впоследствии повторить или применить),
- полнота (то есть в тексте не должно быть пропусков – ни логических, ни синтаксических).

Отдельного комментария заслуживает требование *объективности стиля*. Речь идет о том, что явление или предмет описывается независимо от отношения к нему автора, независимо от автора вообще, так как автор не является частью описываемой системы и не оказывает на нее влияния.

Это требование часто вызывает возражение, состоящее в том, что человек, мол, обязательно субъективен в описании чего бы то ни было и т. д. Не вступая в дискуссию о том, так ли это, необходимо все-таки подчеркнуть, что речь идет *о стиле, а не о содержании*: научное описание должно быть объективно *по форме*. Объективность содержания того или иного научного текста к рассматриваемому вопросу отношения не имеет, поскольку *зависит никак не от стиля изложения*. Однако, будучи изложенными не объективно по форме, даже самые объективные выкладки не будут восприниматься как научные.

Именно отсюда вытекает нежелательность использования в научном тексте фраз типа «я думаю», «мне кажется» и т. п. Неверное понимание этого правила привело к тому, что в научной практике укоренились фразы типа «наша работа», вместо «моя работа», «мы считаем», вместо «я считаю». «Мы» – это ничуть не более объективно, чем «я» – это точно так же субъективно, только когда при этом речь идет об одном человеке, а не о коллективе авторов, – то это еще и довольно глупо.

Итак, для научного функционального стиля характерны:

- термины и слова с абстрактным значением;
- употребление преимущественно существительных и прилагательных;
- составные предлоги (*в присутствии, при наличии, в условиях* и т. д.) и союзы (*тогда и только тогда, если и только если* и т. д.);
- указательные элементы (*данный, соответствующий, вышеназванный* и т. д.);
- преобладание именительного и родительного падежей (кто/что и кого/чего);
- глаголы преимущественно в форме 3 лица настоящего времени (*находится, попадает*);
- причастия, деепричастия, страдательный залог (*имеющийся, являясь, рассматриваемый, etc.*);
- сложный синтаксис;
- знаки, значки, таблицы, схемы, графики.

И последнее – это очень важно, поэтому хочется непременно выделить вне списка: *научному функциональному стилю противопоказана оценочность.*

Более подробно научный функциональный стиль будет рассматриваться в рамках курса «Основы научного исследования».

Публицистический стиль

Публицистический функциональный стиль характеризуется массовостью адресата и оперативностью.

Отсюда вытекают требования:

- информативность и
- действенность (заметим, что именно действенность, а не эффективность, поскольку в публицистике достижение любого результата – уже хороший результат, потому что это уже реакция, а реакция, внимание – основная цель публицистики).

Для публицистического стиля характерны:

- чередование нейтрального слога и экспрессии;
- чередование логического и образного;
- чередование оценочного и доказательного;
- экономия языковых средств (задача – изложить информацию быстро и доступно);
- доходчивость и упрощенность;
- побудительный характер;
- полемичность;
- диалогизация (то есть наличие «я» – автора и «вы» – публики);
- сочетание канцелярских клише (*нанести ущерб, состав правительства*) с экспрессивными тропами (*смерть вырвала из наших рядов, даже старожилы не припомнят* и т. д.);
- сочетание высокой и сниженной лексики;

- активное использование композиции: заголовки, чередование повествования, описания и рассуждения, вставные эпизоды, цитирование;
- общественно-политическая лексика и метафоризация разговорной и профессиональной лексики (*сколотить, увязывать, накладка, мобилизация резервов, финишная прямая, агония* и т. п.);
- использование суффиксов *-ость-, -ство-, -ние-, -ие-, -ация-, -изм-, -ист-* (*общественность, справедливость, кумовство, непонимание, мероприятие, поляризация, монетизация, негативизм, капиталист*);
- использование приставок *меж-, лже-, все-, сверх-, обще-, анти-* (*межгосударственный, лжедемократический, всемирный, сверхактуальный, общероссийский, антинародный*);
- слова, пишущиеся через дефис (*общественно-политический, культурно-исторический, политико-культурные*);
- использование страдательных причастий прошедшего времени (*ознаменованный, изготовлен, запущен*);
- тенденция к разговорности в синтаксисе.

В публицистическом стиле допустимы двусмысленность, неточность и даже неясность – в той мере, в которой они работают на действенность текста, то есть если необходимо вызвать в аудитории смятение, ощущение растерянности и незащищенности.

Официально-деловой стиль

Официально-деловой функциональный стиль предназначен для применения в ситуациях жестко регламентированного делового общения.

По основным сферам применения он делится на 3 типа:

- канцелярский,
- юридический,
- дипломатический.

Главное, что характеризует этот функциональный стиль, – это очень сильная зависимость от того, какой именно жанр текста

предстоит создать – какой именно документ (заявление, справка, прошение, завещание и т. д.) или какую именно речь (переговоры, обвинение, рапорт, etc.). Для всего этого существуют жестко зафиксированные формы, и их необходимо четко соблюдать. Лучше всего – использовать специальные справочники и руководства, поскольку неточное соблюдение установленной формы может поставить (и скорее всего поставит) под угрозу выполнение намеченной цели, а как раз здравый смысл тут практически ничем не поможет.

Требования к официально-деловому стилю:

- стандартизация,
- точность и
- единообразие.

Для официально-делового стиля характерны:

- нейтральная лексика;
- штампы;
- специальная лексика (*надлежит, означенный*);
- недопустимы устаревшие элементы (*ибо, таковой* и т. п.);
- обозначение действий с помощью отглагольных существительных (*угон, побег, покупка, передача*);
- причастия, деепричастия (*действующий, учитывая*);
- выражение субъекта и объекта родительным, а не именительным и винительным падежом (именно потому, что действия выражаются существительными, а не глаголами: *побег подозреваемого* (а не подозреваемый убежал), *покупка машины* (а не машину купили), *убийство потерпевшего* (а не потерпевший был убит));
- отсутствие местоимений (*он, этот, такой*), потому что они не точные;
- усложненность конструкций, сложноподчиненные предложения с союзами со значением причины, цели, следствия, условия;
- сложные предлоги (*на предмет чего* и т. п.).

Обиходно-разговорный стиль

Обиходно-разговорный функциональный стиль предназначен для использования в условиях непринужденного общения и наличия неофициальных отношений.

Попытка использовать разговорный стиль в нарушение социальных ролей воспринимается как панибратство или фамильярность. Нарушение субординации сверху вниз – это панибратство, а снизу вверх – это фамильярность. Например, представим, что преподаватель, впервые придя на занятие, говорит студентам «Ну, чё – поехали?» – в лучшем случае он покажется странным, но, в любом случае, это вряд ли вызовет симпатию (заметим, что при наличии истории совместной работы (то есть как раз неофициальных отношений) такое начало может прозвучать совершенно органично). Противоположный пример еще более очевиден: представим, что с такой же фразы решил начать свое знакомство с преподавателем студент.

Однако необходимо заметить, что разговорный стиль – это отнюдь не обязательно нарушение норм произнесения слов (тип «када» и «спс») или разного рода жаргонные или бранные слова.

Основная характеристика обиходно-разговорного функционального стиля – это *жесткая связанность речи с непосредственной ситуацией, в которой она произносится*, то есть использование того факта, что ритор и аудитория находятся в общей ситуации, видят одно и то же, знают какую-то общую предысторию и т. д.

Это значит, что в разговорном стиле допустимы

- пропуски слов, если их можно заменить, например, жестами или если они очевидны из внеязыковой ситуации (если один человек открывает окно, а другой ему в это время говорит: «Закройте, пожалуйста, холодно!» – что именно надо закрыть – вполне понятно);
- использование местоимений, в том числе указательных (он, это, тот, такой – местоимения могут быть проиллюстрированы жестами или демонстрацией непосредственно того предмета, который назван местоимением, например: «это Вам»);

- разного рода «полупустые слова» («это дело», например, про алгоритм шифрования, «штука» и пр.);
- измененный порядок слов, вставные пояснительные конструкции («Он сегодня – зуб разболелся – пошел в поликлинику», «ПСКЗИ ШИПКА – в предыдущем докладе о ней говорили – там как раз такой датчик» и т. д.).

В связи с обиходно-разговорным функциональным стилем необходимо заметить еще один важный момент: при всем его обаянии все же не стоит делать его основным стилем публичной речи даже в хорошо знакомой аудитории. На то есть две причины – и обе они лежат в области риторического этоса, а именно скромности: с одной стороны, мы можем обидеть аудиторию тем, что «не стараемся», а с другой стороны, потерять авторитет и вызвать пренебрежение, слишком сократив дистанцию.

Помимо тех ситуаций, когда жанр текста предполагает совершенно недвусмысленную необходимость использовать определенный стиль (как в случае с регламентированным деловым общением (особенно посредством документов) или при написании научной статьи), в собственно *публичной речи* целесообразно функциональные стили комбинировать. Содержание речи, как уже было описано выше, обычно разнородно, задач, решаемых на пути к достижению цели выступления, – несколько, и в рамках одного функционального стиля решить их все одинаково эффективно не всегда возможно.

Например, речь, произнесенная полностью в научном стиле, будет звучать утомительно и плохо восприниматься на слух, а разбавленная разговорным и публицистическим – сможет расположить аудиторию к ритору и вызвать эмоциональный отклик, необходимый для присоединения. А в речи, посвященной, например, состоянию нормативной правовой базы в области защиты информации, невозможно обойтись без официально-делового функционального стиля. Однако произнесенная полностью в этом стиле речь отключит внимание аудитории от содержания еще до середины, аудитория в лучшем случае будет с интересом наблюдать, как за аттракционом, за тем, как виртуозно ритор владеет сложными и длинными

формулировками. Официальные формулировки должны обязательно быть снабжены объяснениями и проиллюстрированы наглядными и актуальными для аудитории примерами – уже никак не в официально-деловом стиле.

Стоит оговориться, что, как в любом другом комбинировании, риторы здесь нужно быть очень осторожным и создавать свой индивидуальный стиль, сочетая выразительные средства языка, очень продуманно.

Более того, необходимо внимательно следить за реакцией слушателей и при появлении признаков отторжения стиля – постараться сгладить те углы, за которые зацепляется восприятие аудитории.

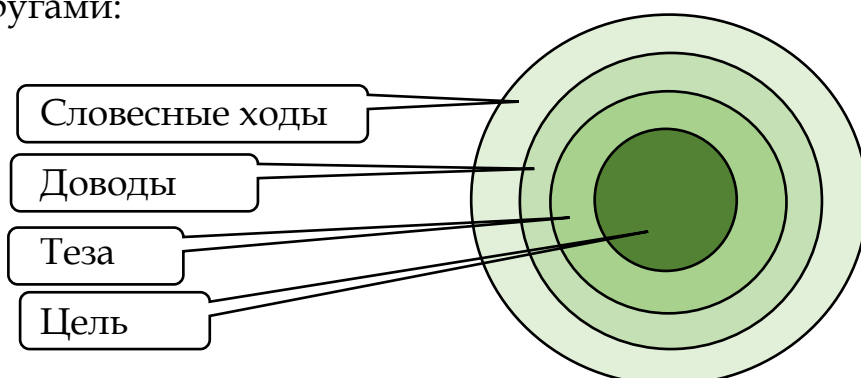
VI. Память

Память – это этап работы над речью, который состоит в отработке наиболее выигрышных ходов непосредственного убеждения аудитории.

В первую очередь необходимо сказать о том, почему речь идет об отработке только наиболее выигрышных ходов, а не о запоминании речи целиком.

В основе запоминания собственной речи (в отличие от речи, подготовленной кем-то другим) лежит не что иное, как ее правильная подготовка. Если ритор начал с постановки и осмысления задач выступления, анализа аудитории, продумывания предложения, положения и топоса, затем отобрал из всех возможных аргументов самые подходящие и продумал, как их лучше расположить, а потом придумал наиболее удачные словесные ходы оформления – *то совершенно безнадежно забыть свою речь он уже не сможет*. Это абсолютно естественно, поскольку – в отличие от того, что запомнил, – то, что *придумал*, забыть очень сложно, ведь вместо механического заучивания действуют воспроизводимые логические механизмы, а это значит, что нескольких, а зачастую даже одного незабытого элемента достаточно, чтобы восстановить в памяти всю речь полностью.

Четкое понимание собственного замысла позволит ритору, в случае если он что-то забыл, не потерять нить повествования, поскольку замысел строится не линейно, а концентрическими кругами:



Механическое же запоминание построено на заучивании не логики, а порядка – это очень легко заметить на примере заучивания наизусть стихотворения: его запоминают последовательно, слово за словом, каждое следующее привязывается к предыдущему: $a \rightarrow b \rightarrow c \rightarrow d \dots$

Если мы забыли «с», то вспомнить «d» – практически невозможно, поскольку ни с чем, кроме как с «с», оно не связано (безусловно, если учить стихотворение «по смыслу», а не механически, такого не произойдет). Опасность такого вот «выпадения» элемента – очень серьезна, потому что оно (выпадение) может вызвать у ратора панику. Чтобы этого не случилось, все, что необходимо сказать *механически точно* и *нельзя вывести логически*, по смыслу, нужно иметь с собой записанным на листочке.

При этом писать речь целиком – крайне нежелательно, поскольку наличие записей создает эффект, близкий к механическому запоминанию – от записей трудно оторваться, боясь не вспомнить какую-то удачную формулировку. При этом, полагаясь на написанный текст, ритор сам неизбежно гораздо меньше следит за собственной логикой, и это сказывается не только на выразительности и контакте с аудиторией, но и на том, что, случайно потеряв место, например, отреагировав на какое-либо событие в аудитории, ритор не сможет продолжить, пока не найдет точно, где остановился. А из-за задержки, связанной с поиском строки, опять же, может ощутимо запаниковать.

Поэтому писать следует только те речи, которые допустимо читать.

Читать можно:

- доклады,
- официальные документы (такие, как протоколы, выписки, справки),
- чужие тексты.

Более того, речи последних двух видов читать не только *можно*, но и *следует*, поскольку это предписано этикетом и является демонстрацией уважения к автору и статусу текста.

Что же касается докладов, то в настоящее время жанр доклада становится довольно подвижным – существенно зависимым от традиции выступлений на данном конкретном мероприятии, от темы доклада, от статуса докладчика и многого другого. Поэтому в случае, если предстоит доклад в новой, неизвестной пока обстановке, то имеет смысл заранее узнать, как принято выступать именно там. Однако в большинстве случаев, научные и официальные доклады все же читаются.

Все остальные виды речей желательно произносить, а не читать.

Есть мнение, что речь вполне допустимо написать целиком, но потом оставить где-то, не брать с собой, выходя выступать. Этот совет вполне разумен, но только для тех ораторов, которые благодаря опыту успешных выступлений уже совершенно не испытывают страха перед аудиторией (надо заметить, что такие ораторы редко нуждаются в полностью написанном тексте). Для остальных же оставить текст будет психологически очень трудно, а из-за боязни отступить от написанного говорить ритор будет в лучшем случае невыразительно, с заметным выражением припоминания на лице и в интонациях, а в худшем – собьется и запаникует.

Вместе с тем можно, и даже желательно, составлять *план речи*.

Единственное *обязательное требование* к плану продиктовано здравым смыслом и поэтому хорошо понятно: план должен отражать композиционную схему речи. Это нужно для того, чтобы речь можно было расширить или сократить без искажения основного замысла.

Ситуации, в которых это необходимо, гораздо более распространены, чем кажется на первый взгляд. Например, по ходу заседания может измениться регламент, и речь, рассчитанную точно по

времени, необходимо будет уложить в существенно более короткий отрезок времени. Или, что гораздо лучше, но, к сожалению, на качестве речи зачастую сказывается даже более плачевно – это ситуация, когда времени достаточно и риторик приходит в голову новый удачный пример или, увидев недостаточную осведомленность аудитории, он решает объяснить что-нибудь поподробнее. К сожалению, в таком случае ритор редко выходит из такого «отступления» без потери сюжетной нити.

Если же иметь перед собой план, на котором обозначена логика развития аргументации, то сориентироваться, куда вести мысль дальше, не представляет никакого труда.

Технику написания плана каждый ритор вырабатывает для себя сам – исходя из того, как удобно именно ему. Например, план можно писать по логическим отрывкам (в тексте это были бы абзацы), выделяя жирным и крупным шрифтом начальные фразы и какие-то наиболее ценные формулировки. При этом все остальное содержание «абзаца» передается через тире отдельными ключевыми словами.

Таким образом, с одной стороны, намечается общая логика, а с другой – фиксируются стилевые находки, которыми ритор планирует воздействовать на аудиторию эмоционально.

Пример плана такого типа приведен в Приложении.

Общие же правила построения плана речи таковы:

1. План должен размещаться на одном листе с одной стороны.
2. План не должен быть написан (или напечатан) слишком мелко, с маленькими интервалами и полями – его должно быть легко читать с расстояния и делать в нем при необходимости пометки.
3. Первую и последнюю фразы лучше записывать целиком (первую – чтобы меньше волноваться, а последнюю – потому что она должна запомниться).
4. Все цифры, даты, географические названия и имена – должны быть записаны и выделены шрифтом или цветом.
5. Также записанными нужно иметь цитаты, но, особенно если их много, их можно не включать в план, а записать на отдельных карточках, обязательно снабдив «выходными данными» (автор,

произведение, дата издания/написания, место публикации, если возможно – страницы) – на случай вопросов.

6. Удобно и функционально выделять части плана шрифтом, цветом, курсивом и т. п. (при этом, однако, существует опасность увлечься и сделать план настолько «украшенным», что читать его будет очень сложно).

7. Если аудитория и тема выступления не вызывает у ратора особенных опасений – он чувствует себя достаточно уверенно и свободно, то план можно «забыть» и говорить без него – речь от этого только выиграет. Составленный план все равно дисциплинирует память и дает внутреннюю свободу. Цитаты и точные сведения (даты, имена, etc.) при этом все равно лучше иметь при себе.

V. Действие

Действие – это заключительный шаг работы над речью, ее непосредственное произнесение: создание высказывания как события.

Первое и главное правило действия, которое ритор должен иметь в виду, заключается в том, что с того момента, как его объявили или он сам взял слово, начинается его речь. Все действия, которые он предпринимает с этого момента (выходит, здоровается, располагается на трибуне, кафедре или за столом, раскладывает свои записи или поправляет микрофон), – «засчитываются».

Это же касается завершения выступления – частью выступления является и то, как ритор отвечает на вопросы, благодарит за внимание и уходит.

По этой причине необходимо очень четко продумывать ситуации с раздаточными и иного рода наглядными материалами. Кто, когда, куда и как повесит плакаты, чем на них показывать, кто будет управлять презентацией, какими словами (жестами) просить показать следующий слайд, кто и в какой момент раздаст hand-out'ы и надо ли их потом собрать – все это должно быть продумано заранее. Необходимо следить, видно ли плакаты или презентацию президиуму, а не только залу, не забыли ли их охватить раздаточными материалами.

Президиум – это вообще своего рода «дополнительная аудитория», со всеми вытекающими отсюда следствиями: она иначе расположена в пространстве по отношению к ритору, и он должен постоянно иметь в виду два разных ракурса. Безусловно, президиум «понимает», что он расположен с другой стороны от «основной аудитории» и не станет осуждать ратора, стоящего к нему спиной и обращающегося исключительно в зал. Однако при этом сидящие в президиуме люди не будут включены в аудиторию, а значит, будут заведомо менее внимательно слушать, менее живо реагировать и, скорее всего, у них не возникнет эмоционального отклика на речь, обращенную не к ним. Казалось бы, это не так уж важно, учитывая, что это всего лишь несколько человек, а в зале их, возможно, сотни. Однако эти несколько человек сидят непосредственно перед залом и хорошо ему видны; при этом не будем забывать, что в президиуме сидят, как правило, не случайные люди, а наиболее авторитетные для данной аудитории. Легко понять, что их скучающий вид не прибавит ратору веса в глазах слушателей.

Надо заметить, что работать с президиумом на самом деле совсем не сложно, поскольку, несмотря на свой статус, члены президиума не избалованы вниманием ораторов и привыкли, что к ним стоят спиной, не раздают hand-out'ы и не показывают слайды. Поэтому, если ратор будет обращаться не только к залу, но и к президиуму, добавит в свою речь какие-то элементы, предназначенные специально для сидящих там людей, подумает о том, чтобы им всего хватало и все было видно, то есть, иными словами, просто позаботится о том, чтобы они стали частью аудитории, то президиум будет реагировать на выступление не менее, а даже намного более активно и доброжелательно, чем остальной зал, способствуя таким образом росту авторитета ратора.

Совершенно особая ситуация – это *речь через переводчика*. В этом случае аудитория тоже «раздваивается», но при этом непосредственно понимает ратора только переводчик, а присоединения надо добиться как раз наоборот – от тех, кто понимает только переводчика.

Главная ошибка в такой ситуации – считать, что присоединение переводчика нам не нужно и эмоциональной вовлеченности от него можно не добиваться. Во-первых, невербальное поведение ратора – его

голос, мимика, жесты, эмоциональность и дружелюбие – очень важны для тех, кто является его основным адресатом и слушает перевод речи. Во-вторых, не будучи эмоционально вовлеченным, переводчик переводит существенно хуже, чем в том случае, если речь его заинтересовала и впечатлила.

Не стоит, однако, делать именно переводчика центром аудитории, обращаясь постоянно только к нему и уделяя повышенное внимание тому, чтобы расположить его к себе. Это вызовет у иноязычных слушателей ощущение, что они вовсе не являются необходимой частью непринужденного общения выступающего и переводчика.

То, каким именно образом включать в коммуникативную ситуацию людей, которые, хоть и являются непосредственным адресатом, но не понимают языка, на котором произносится речь, вырабатывается каждым ритором с опытом выступлений.

Остальные аспекты речи как действия делятся на 3 группы:

- голос, артикуляция, дыхание, интонации;
- жесты, мимика, движение;
- внешний вид.

Все это должно быть обязательным предметом рефлексии как в процессе подготовки речи, так и непосредственно во время ее произнесения.

Голос должен быть достаточно громким и объемным, но не резким и не очень высоким, поскольку высокие звуки вызывают раздражение и тревогу. Если ритор знает за собой, что является обладателем высокого голоса, ему нужно постараться тренировками добиться того, чтобы он стал ниже.

Примеры упражнений на тренировку голоса, артикуляции и дыхания приведены в Приложении.

Обязательно заранее, особенно в начале ораторской практики, следует продумать и, в сложных случаях, прорепетировать интонации, а также несколько раз, в том числе непосредственно перед выступлением, проговорить трудные для произнесения слова. Если уверенность в них не достигнута, лучше от таких слов отказаться вовсе, заменив синонимами.

Тренироваться в произнесении вслух целесообразно перед зеркалом, чтобы попутно отмечать свою мимику и учиться избегать смешных или нелепых выражений лица и жестов.

В этом смысле очень продуктивно также следить за голосом, интонациями, мимикой и жестами других ораторов, с тем чтобы брать на вооружение, что смотрится хорошо и стоит перенять, а чего, наоборот, делать крайне нежелательно.

Что касается внешнего вида, то, в первую очередь, выглядеть ритор должен хорошо. Ни в коем случае нельзя допускать, чтобы аудитория видела его уставшим, больным, небритым или непричесанным. Если так все-таки получилось, то нужно продумать, как эту ситуацию подать так, чтобы минимизировать урон авторитету ратора.

В большинстве случаев не следует выступать одетым слишком демократично, даже в том случае, если ритору очень идет так называемый свободный стиль в одежде или прическе («творческая личность» в свитере и шарфе или «современная молодежь» в брюках, которые на пару размеров велики или малы (за время существования этой книги было «современным» и одно, и другое). Дело совершенно не в том, что в аудитории сидят непременно консерваторы, ненавидящие проявления личной свободы, а в том, что таким поведением ритор демонстрирует недостаточную гибкость и не может выйти из привычного образа даже тогда, когда этого требует ситуация. Вместо «свободы» и «независимости от предрассудков», ритор продемонстрирует свою незрелость и несвободу от собственного образа. В лучшем случае (если ритор в самом деле юный) он вызовет этим снисходительную улыбку, а для человека зрелого возраста такое неумение соответствовать ситуации может серьезно подорвать его авторитет. В общем случае правило можно сформулировать так: ритор должен быть одет как минимум не менее строго, чем большинство из аудитории.

Надо заметить, что распространенное среди технической интеллигенции мнение «в костюме я выгляжу как-то глупо» – не более чем предубеждение. Оказавшись в его власти, следует просто потренироваться носить костюм в спокойной обстановке, а не надевать его впервые непосредственно на выступление.

Разумеется, бывают ситуации, когда формат мероприятия предусматривает свободный стиль одежды участников, и это надо учитывать: одеваться в строгий темный костюм со светлой рубашкой и галстук на рабочее совещание – излишне. Однако и в этом случае необходимо избегать крайностей – одежда должна быть в хорошем состоянии, чистая, не мятая и без разного рода радикальных проявлений стиля, таких как пирсинг на открытых частях тела и лица, дреды или крупные украшения. Все это, как правило вполне можно на время официального мероприятия снять.

Продумывая свой внешний вид, однако, важно избегать штампов, быть органичным. Если стоит очень жаркая погода, не стоит непременно надевать шерстяной костюм и потеть, а если выступление требует подвижности (нужно переходить от одного плаката к другому, писать на доске, показывать указкой) – то пиджак вполне можно снять и повесить на стул, чтобы он не сковывал движения.

Если вам не свойственна самоирония в поведении и подаче себя, то избегайте чересчур наряжаться – будет похоже на то, что вы очень волнуетесь. Нотка вальяжности, впрочем, это впечатление сгладит.

Наконец, есть один замечательный пример совета женщинам: если вы хотите, чтобы вас внимательно слушали, покрасьте губы красной помадой – это сосредоточит на губах внимание. Это, безусловно, так. Если вы хотите привлечь внимание к губам – красьте их красной помадой. А если хотите, чтобы вас слушали – вовсе не обязательно.

Последнее, на чем в плане внешнего вида риторика хотелось бы сделать специальный акцент, – это то, что выглядеть совершенно нейтрально все же нежелательно. Внешний вид должен иметь характерные, присущие именно этому риторическим черты, быть обращаящим на себя внимание, поскольку впечатление от внешнего образа риторика, если он гармоничен, усилит положительное восприятие речи аудиторией и запоминание речи как события.

Именно по этой же причине для выступления перед аудиторией, особенно знакомой, надо стараться выглядеть не повседневно, демонстрируя, что встреча с аудиторией – событие и для самого риторика, что он старается и думает о том, чтобы быть аудитории приятным. Каждый из нас согласится, что, когда человек наряжается и причесывается перед встречей с нами, желая сделать нам приятное

своим внешним видом, – это всегда воспринимается как дополнительный и немаловажный знак внимания.

Выглядит очень выигрышно и запоминается использование в выступлении разного рода наглядной агитации – иллюстраций, образцов и т. п. Готовя презентацию, стоит постараться включить в нее не только текст и цифры, но и графики, диаграммы и фотографии.

Рассказывая об изделии, имеет смысл его показать, если аудитория небольшая – дать в зал повертеть в руках, если большая – показать увеличенную фотографию. Пускать что-либо ценное по рядам большой аудитории не стоит, поскольку риторю в такой ситуации очень трудно сдержать нервозность и не следить внимательно за перемещениями ценной для него бумаги или предмета.

Если это органично включается в содержание речи, очень эффективной может быть демонстрация фрагментов функционирования устройства или системы. Если применение устройства сложно и требует детального изучения (и при этом оно не входит в задачи выступления), то описать его лучше схематично и упрощенно, на понятных примерах и аналогиях.

Очень эффектно выглядит использование в выступлении различных предметов, как бы «случайно попавшихся под руку» риторю, для моделирования объясняемого предмета. «Представим себе, что это – WinLogOn, а это – база данных пользователей... СЗИ запрашивает отсюда...» и т. п. Как Чапаев, объясняющий план операции на картошках. Однако необходимо иметь в виду, что если для рритора подобные «игры» не органичны и неудобны, то выглядеть он при этом будет жалко. В этом случае лучше не рисковать, а нарисовать объясняющую схему на доске.

Ни в коем случае нельзя позволять себе «впадать в транс» и совершать какие-либо бессознательные действия – раскачиваться, перекидывать предметы, переставлять мебель, стучать ногой или кивать головой. Каждый может вспомнить забавное поведение какого-либо оратора, который, увлекаясь, делал во время речи странные вещи. Это, несомненно, запоминается, но, к сожалению, снижает авторитетность рритора в глазах аудитории и, самое главное, отвлекает ее от содержания речи. Исключением могут быть случаи, когда эти

«бессознательные действия» являются на самом деле сознательным трюком.

На филологическом факультете МГУ имени М. В. Ломоносова преподавал введение в общее языкознание один ныне покойный профессор, о котором ходил слух, что самую важную информацию, которую обязательно будут спрашивать на экзамене, он сообщает в тот момент, когда роняет трость или перепачкивает мелом жилет. Трудно сказать, так ли это было на самом деле, но слушать его лекции было захватывающе. Думается, что сложение таких вот легенд о публичных речах того или иного риторика – это высшая оценка, которую может дать аудитория.

Не будем, однако, забывать, что целью публичной речи является все же не оценка ее как аттракциона, а принятие аудиторией предложения риторика, присоединение.

Презентации

В первую очередь нужно хорошо понимать, что презентация – это *вспомогательное средство визуализации*. По мере изменения коммуникативных схем это вспомогательное средство визуализации постепенно приобретает самостоятельность, но поскольку происходит это стихийно, имеют место явные перегибы и отклонения от здравого смысла.

В теме использования презентаций органично выделяется 3 аспекта:

- 1) использовать ли презентацию (в каких случаях использовать, а в каких нет);
- 2) какой должна быть презентация;
- 3) как себя вести с презентацией.

Но до рассмотрения этих вопросов необходимо зафиксировать главный совет, который может аннулировать все, что будет сказано после.

Презентацию надо делать в том и только том случае, если она не будет вам мешать. Если вы понимаете, что по каким-то причинам она мешает, то не делайте.

Это главное правило – в выступлении ничего не должно мешать тому, чтобы оно было единым, цельным и внутренне непротиворечивым action'ом.

Исключением является ситуация, когда вы *обязаны* иметь презентацию по каким-либо правилам, например, на защите диплома. Но такие случаи регулируются уже не как риторическое событие, являются не столько публичным выступлением, сколько определенного рода ритуалом. Это является предметом рассмотрения другой дисциплины.

Почему вообще презентация может мешать.

Дело в том, что все, что оказывается «между» ритором и аудиторией, становится преградой для их общения. Вы могли заметить, что контакт с преподавателем хуже в аудитории с пандусом – когда он как бы на отдельной «сцене», за кафедрой, чем когда вы с ним находитесь в общем пространстве. Часто контакт с преподавателем различается даже от того, сидит он, отгородившись столом, или стоит, или ходит по аудитории.

Однако мешают все эти границы не всегда, а в тех случаях, когда ритор не пытается или не может их преодолеть (или даже использовать себе на пользу – ведь, в конце концов, не мешает же артисту сцена). Не может – как правило потому, что не умеет (или просто не догадывается о том, что между ним и аудиторией стена), или потому что у него слабая энергетика (иначе говоря, харизма). А не пытается – как правило потому, что прячется за эту стену, просто напросто боится аудиторию.

Именно последний случай – касается и презентаций. Она может стать прекрасным способом «отгородиться» от аудитории, способом спрятаться «в домик» актерской роли «я делаю доклад». Когда вы в образе, вам не так страшно.

Но если вы находитесь в образе «я делаю доклад» – вы с аудиторией не общаетесь, а значит, оказываете на нее существенно меньшее воздействие, чем могли бы, если бы общались. В некоторых случаях это вполне нормально, например, если это совершенно формальный доклад, в котором вы должны показать, что умеете делать доклад, и, по сути, все.

В любом другом случае лучше выявить заранее желание ухватиться за «я в образе» и не дать себе соблазниться этой возможностью, то есть просто воздержаться от презентации. Запланируйте вместо этого рисование на доске. Доска и рисование на ней такого эффекта почти наверняка не дадут, наоборот, если это будет делаться осмысленно, получится очень выигрышно – во-первых из-за того, что аудитория будет включена в процесс визуализации, будет проделывать с вами весь путь, а во-вторых, потому что физические действия – а вам понадобится поднимать руки, дотягиваться куда-то в сторону, стирать что-то энергичными движениями – помогут перестать волноваться и «зжиматься». Обычно у человека, использующего доску, становятся красивее и шире жесты, свободнее позы и объемнее голос.

Также можно подготовить какие-то предметы, карточки, плакатики, которые вы будете демонстрировать из рук. Все, что заставляет вас физически действовать (хотя бы сделать шаг в сторону, поднять или опустить руку, что-то достать откуда-то) – неизбежно раскрепощает ваш зажим, возникающий от волнения перед выступлением. Это физиология, она так работает независимо от нашего желания и от наших страхов, поэтому если знаете, что закрепощаетесь, заготовьте себе необходимость физического действия и обманите организм.

Я упомянула, что нужно заранее как-то узнать, планируете ли вы спрятаться за презентацию. Как же это сделать.

Казалось бы, довольно просто – мы прячемся, когда мы боимся. Значит, если выступать страшно, то риск соблазниться и спрятаться за презентацию – высок. Но не всегда так уж легко признаться даже себе самому, что чего-то боишься. Поэтому давайте искать другие формулировки.

Когда вы не уверены, что то, о чем вы будете рассказывать, тем, кому вы это будете рассказывать, интересно.

Когда вы не уверены, что точно на сто процентов готовы к выступлению.

Когда вы не уверены, что четко понимаете, *зачем* вы это будете говорить, и почему *именно вы* и *именно это*.

Иными словами, нам нужна защита, если мы испытываем проблемы с *эмосом*.

Если не стесняться слова «бояться», то это называется именно так, согласитесь.

И вот если этот фактор присутствует, то презентация – так же, как листок с докладом и трибуна – это способ показать (в первую очередь себе) «я в домике». А «домик» мешает в первую очередь вам самим.

В этом смысле хуже всего – уже упомянутый выше стол, за которым можно сидеть (а иногда безальтернативно *нужно* сидеть) во время доклада. Из-за трибуны вы можете выйти и сделать несколько шагов навстречу тому, кто задал вам вопрос, и вообще, стоя вы не так «защищены» (говоря модными фреймами – у вас открыт живот), поэтому вынуждены более контактно работать с аудиторией, лучше ее контролировать «всем телом». Вынуждены для себя, естественно, ведь аудитория не в курсе всего этого клубка ощущений.

Кстати, любопытно, обратите на это внимание, когда будете на какой-нибудь конференции или крупном семинаре – сразу видно, кто тут аудитория, а кто тут докладчик, просто еще/уже не за трибуной. Опытный докладчик способен быть частью аудитории, даже если ему предстоит доклад, а неопытный даже уже после доклада думает только о том, что все закончилось, и в аудиторию так и не вливается. Но это другая история. Вернемся к докладам сидя.

Несмотря на все неудобство стола в смысле контакта с аудиторией, представляется неверным совет «старайтесь не делать доклады сидя». Если вы очень серьезно волнуетесь, то, наоборот, выступать *лучше* сидя, потому что с большей площадью опоры вам будет все же несколько спокойнее, вы точно не будете дрожать, качаться и не упадете в обморок.

Недостатки же той или иной ситуации выступления, как правило, преодолимы, если вы их вовремя спрогнозировали, обдумали, и сознательно применяется какие-то меры по противодействию им.

Например, лично я (это не универсальный совет), если делаю доклад сидя, стараюсь отодвинуть ноутбук, который ставят перед докладчиком для презентации, в сторону, чтобы он меня не загораживал, и сидеть, подавшись вперед, как бы поближе к

аудитории, слегка наклонившись к ней. Это, кстати, дает еще большую опору, ведь я опираюсь на локти. Но в этом случае нужно помнить о необходимости жестикулировать, и не оставить руки на весь доклад только в качестве опоры.

Разумеется, сидеть, как и стоять, желательно не замерев раз и навсегда в одном положении, а меняя позы (по возможности, не слишком нарочито).

Вариант сидеть, развалиясь и поглаживая себя по голове руками (звучит странно, но такое бывает) – тоже вполне *нормальный*, но мало когда *уместный*, поэтому не злоупотребляйте им. Если у вас развязность выглядит харизматично – это может помочь, но может и серьезно помешать, особенно в юном возрасте, когда уместна все же определенная скромность в отношении аудитории, если она ощутимо старше. Но и, восстановив в памяти материал темы «этос», сами можете продолжить эту логику: в силе и обратное ограничение – когда вы будете седовласым старцем, сидеть развалиясь и подмигивая студенткам – будет чревато уголовным преследованием.

Вальяжность хороша, если

а) она вам идет (это главное)

б) если вы примерно среди равных (то есть ваше позиционирование как своего не выглядит ни глупо, ни оскорбительно).

А вот поза диктора не выигрышна в любом случае: аудитория мысленно «щелкает каналами». Сломать такую парадигму можно, но уже требует больших усилий и просто не целесообразно, лучше не входить в этот образ.

Хочется поделиться одним важным лайфхаком, который, к сожалению, почти ничем не поможет вам, пока вы не придете к этому пониманию сами (но, если я не поделюсь, получится, что я утаила самое важное).

Если что-то пошло не так, лучше всего помогает самоирония.

Вплоть до того, чтобы признать – «что-то не пошло, давайте начнем заново». Но! Очень опасно перейти грань клоунства. Вы не стендапер (кроме тех случаев, когда именно стендапер).

Теперь вернемся к презентациям.

Как узнать, когда презентация нужна

Презентация обязательно нужна на научном докладе, это часть ритуала. Это совершенно другой жанр, и рекомендации этого раздела (и в целом этого курса) к нему *не относятся*. Здесь и сейчас мы разбираемся с презентациями техническими, научно-популярными, рабочими, рекламными (в широком смысле слова), словом – публицистическими.

Рассмотрим основные случаи выступлений, с которыми вы будете сталкиваться в ближайшее время на предмет необходимости презентаций.

1. Презентация крайне желательна тогда, когда у вас в докладе есть формулы или чертежи/схемы, а точно установить заранее, что в месте выступления будет доска – нельзя.

Вместе с тем, если, честно поговорив с собой, вы понимаете, что пока не готовы за презентацию не прятаться, то лучше воздержитесь и подготовьте либо раздатку, либо альбом – в самом прямом смысле, можно даже формата А3, в котором будете чертить и демонстрировать публике. За это не спрячешься, и это будет смотреться очень здорово.

2. Презентация нужна обязательно, если доклад посвящен анализу документа, который нужно цитировать. Для внятности восприятия такого анализа желательно, чтобы цитаты были перед глазами. Если, что бывает редко, презентацию использовать невозможно, цитаты нужно подготовить в виде раздаточных материалов. Но использовать их менее удобно, так как вы никогда не будете знать точно, что каждый в аудитории видит перед собой нужную цитату, а не ищет ее где-нибудь не на том листе. Чтобы минимизировать такую вероятность, надо очень тщательно продумать оформление раздаточных материалов. Например, помещать фрагменты по одному на листы разного цвета.

3. Презентация совершенно не так уж необходима, если вам нужно (или вы хотите) продемонстрировать какие-то устройства. Наоборот, даже лучше продемонстрировать *собственно сами устройства*, а вовсе не их фотографии. Кроме случаев, когда их надо разглядеть крупно (или наоборот, когда они сами такие крупные, что не могут быть продемонстрированы).

4. Презентация крайне желательна, если в докладе много списков, перечислений и классификаций, и они действительно важны для сюжета. Последняя оговорка действительно принципиальна: если списки носят факультативный или спекулятивный характер, то презентация только подчеркнет этот факт.

5. Презентация весьма вероятно не нужна, если ваш доклад носит характер призыва «к честному диалогу», постановки каких-то острых вопросов. Имея уже очень значительный ораторский опыт и некоторый вес в профессиональной сообществе, я бы в настоящее время, вероятно, смогла сделать (и не просто сделать, а эффективно отработать) такой доклад с презентацией, но и то не в любой аудитории. Ораторы, чей вес и харизма больше – например, В. А. Конявский – точно смогут. Но и они (и я, разумеется, тоже) станут делать доклад такого рода именно *с презентацией* только в том случае, если на то есть какие-либо дополнительные причины, потому что в этом жанре важнее прямое и непосредственное общение «глаза в глаза» и контроль обратной связи.

Какими могут быть *дополнительные факторы и обстоятельства, влияющие на то, что презентацию все-таки нужно делать*.

1. Самый основной – это размер доклада. Чем длиннее доклад, тем нужнее презентация.

2. Второй – трудность для восприятия (зависимость аналогичная).

3. Третий – сложившаяся практика именно в этом обществе «тут так принято» (этим фактором можно пренебречь, если вы готовы выступить «не как все» и уверены, что вам это не мешает выступить успешно).

4. Сложная структура доклада – если он состоит из большого количества мало увязанных или сложно увязанных частей – тогда

презентация поможет эту структуру понять не упустить нить в сложном плетении.

В остальных случаях презентацию можно не делать.

Какой должна быть презентация

Это, естественно, в первую очередь зависит от того, каким должен быть доклад. Поэтому еще раз стоит оговориться, что научные и учебные доклады (например, доклады на защите диплома) в этом разделе не рассматриваем.

Рассмотрим следующие категории:

- 1) лекция или семинар (разумеется, которые вы читаете или проводите, а не которые слушаете);
- 2) доклад паблисити (разного рода «партнерские» или научно-практические конференции и семинары, etc);
- 3) «политический» доклад (в основном такие доклады делает кто-нибудь из руководства, значит, рано или поздно вам это тоже предстоит);
- 4) формальный доклад-отчет о проделанной работе.

Вне категории идет «презентация без доклада», предназначенная для самостоятельного прочтения глазами. Такой формат представления рекламных или полурекламных материалов становится все более распространенным в связи с тем, что набирает обороты тенденция «быстрого чтения», подготовки материалов таким образом, чтобы их можно было «пробежать по диагонали».

Вообще говоря, этот тип презентации совершенно не имеет никакого отношения к этому курсу, так как вообще не связан с публичными выступлениями, никак. Но о нем необходимо упомянуть как о факторе негативного влияния на качество подготовки «классических» презентаций, к докладу. Дело в том, что из объяснимого стремления к экономии усилий люди часто стараются сделать презентацию «универсальной», чтобы она подходила и для доклада, и для самостоятельного прочтения глазами. Способствуют этой порочной практике сайты конференций, на которых материалы докладов размещаются в составе одних только презентаций, без

текстов. В результате смешиваются презентации с совершенно разными задачами.

Проблема с презентациями для чтения в том, что они должны быть самодостаточными. А в случаях, когда ее содержание более сложно, чем просто перечень услуг и цен на них, это практически неизбежно требует больших фрагментов текста. Формат же презентации – слайдов – не предполагает больших фрагментов текста, они выглядят откровенно плохо.

Вариант, к которому приходится прибегать – использование заметок к слайду. В этом случае выглядит презентация примерно так, как показано на рисунках ниже.

Аккорд-АМДЗ и решения на его основе

Аппаратный модуль доверенной загрузки как концепцию и как вид средства защиты информации от НСД создал коллектив ОКБ САПР и уже 25 лет мы опережаем рынок в развитии продуктов этого класса на 2-3 года.

Аккорд-1 Аккорд-GXm.2

Аккорд-АМДЗ тогда (слева) и сейчас (справа), первый сертификат ФСТЭК (Гостехкомиссии) России на коммерческий продукт №15

Концепция резидентного компонента безопасности – автономного примитивного перенастраиваемого устройства с защищенной памятью, способного изменить архитектуру компьютера на время старта, сделав тем самым старт защищенным, была опубликована в 1999 году в виде монографии. К этому времени серийным Аккордом был уже Аккорд-4++.

Именно на Аккорд был получен первый сертификат Гостехкомиссии на коммерческий продукт. Более того, это был вообще один из первых сертификатов – его номер 15, а сейчас номера 4-значные. Сегодня на все наши продукты, подлежащие сертификации, у нас есть сертификаты ФСТЭК или ФСБ России.

Оbo_vsem_OKBSAPR_2019[Compatibility Mode]... Коняевская Светлана Валерьевна

Файл Главная Вставка Конструктор Переходы Анимация Слайд-шоу Рецензиров Вид Справка Acrobat Помощь Поделиться

Вставить Слайды Шрифт Абзац Рисование Редактирование Создать и поделиться Adobe PDF Adobe Acrobat

Аккорд-АМД3: аппаратура

Накопленный опыт позволяет выполнять Аккорд-АМД3 в любом необходимом форм-факторе для установки в любые средства вычислительной техники: серверы, десктопы, ноутбуки, планшеты. Работа по поддержке новых интерфейсов ведется постоянно.

Аккорд-PC104



Аккорд-КПД



Аккорд-GX



Аккорд-GXMN



Инафы



Аккорд-GXm.2



Слева примеры изделий с экзотическими интерфейсами – Аккорд с шиной PC104 и двушинный Аккорд-КПД (ISA и PCI). Справа – современные Аккорды – для шин PCI-express, miniPCI-express half size, m.2, USB штырьковый и с внешним разъемом.

На этом слайде справа приведены фотографии основных контроллеров текущей линейки – с шинами наиболее распространенными сейчас, в конце первой четверти XXI века, а слева – два примера «экзотических» шин. Мы сами разрабатываем свои контроллеры, поэтому странные задачи нас не шокируют.

Слайд 3 из 20 русский Заметки Примечания 73 %

Оbo_vsem_OKBSAPR_2019[Compatibility Mode]... Коняевская Светлана Валерьевна

Файл Главная Вставка Конструктор Переходы Анимация Слайд-шоу Рецензиров Вид Справка Acrobat Помощь Поделиться

Новый взгляд на USB

USB-устройства кажутся очень простыми приборами и зарекомендовали себя как источник проблем в информационной безопасности. Наличие на рынке токенов и персональных идентификаторов в форм-факторе USB-устройств не влияет на это отношение, так как их защитный потенциал, увы, не велик. Мы изменили угол зрения и это позволило создать несколько разных линеек средств защиты с USB-интерфейсом.

Средство обеспечения доверенного сеанса связи «МАРШ!»

Мобильный носитель лицензий

Защищенный служебный носитель СЕКРЕТ

Программно-аппаратный журнал

В основе нашего подхода – оборудование USB-накопителя интеллектуальным управляющим компонентом и реализация управляемого доступа к памяти.

Главная задача технической защиты информации вообще – делать из универсальных устройств специализированные – доступные для использования не всем, не всегда, не для любых задач, и так далее. Наш принципиальный подход к созданию защищенных USB-устройств основан на управлении двумя принципиальными для таких устройств параметрами – можно менять атрибуты доступа к памяти (RO, RW, add only) и можно менять протокол доступа пользователя к памяти (всем и везде; только зарегистрированным; всем, но только на зарегистрированных компьютерах; зарегистрированным с разными ролями – доступ с разными правами, и так далее). Если добавить сюда умение разбивать память на нужное количество разделов с разными атрибутами доступа, то получается целый спектр продуктов следующих групп функциональности:

Защищенные USB-накопители – для которых главным свойством является возможность ограничить те СВТ, на которых устройство будет работать – это семейство защищенных флешек Секрет и специализированные ответвления – Программно-аппаратный журнал (ПАЖ) и Идеальный токен;

Носители персональной среды – для которых ключевым является загрузка из неизменяемой памяти – это СОДС МАРШ! и носители ПО Центр-Т, а также ответвление, в котором из неизменяемой памяти загружается не среда, а прикладное ПО – это мобильный носитель лицензий (МНЛ) и KeyMaker.

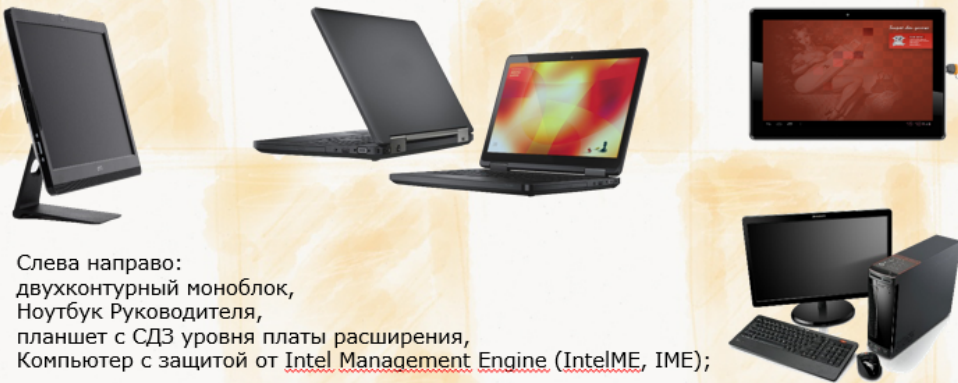
Слайд 5 из 20 русский Заметки Примечания 79 %

Оbo_vsem_OKBSAPR_2019[Compatibility Mode]... Конаевская Светлана Валерьевна

Файл Главная Вставка Конструктор Переходы Анимация Слайд-шоу Рецензиров Вид Справка Acrobat Помощь Поделиться

Специализированные компьютеры на базе решений ОКБ САПР

По мере того, как СВТ и средства защиты становятся сложнее, задача создания защищенного автоматизированного рабочего места (АРМ) из СВТ и средств защиты должна переходить от эксплуатирующей организации специалистам. ОКБ САПР выпускает защищенные АРМ на базе своих продуктов:



Слева направо:
двухконтурный моноблок,
Ноутбук Руководителя,
планшет с СДЗ уровня платы расширения,
Компьютер с защитой от Intel Management Engine (IntelME, IME);

IME - подсистема, работающая на материнских платах производства Intel, и имеющая неограниченный доступ к ресурсам (память, сеть, диск) компьютера. Даже в выключенном компьютере, который просто подключен к сети питания. Предлагаемое нами решение позволяет по команде из контроллера Аккорд-АМДЗ включать сетевое взаимодействие только после включения компьютера пользователем и корректного завершения всех контрольных процедур, выполняемых firmware Аккорд-АМДЗ. Причем эти все процедуры выполняются с проверенным кодом БИОС, который стартует из собственной энергонезависимой и контролируемой процессором Аккорд-АМДЗ памяти. Кроме того, мы самостоятельно на отдельном процессорном модуле защищаем (с возможностью использования отечественной криптографии) все сетевые взаимодействия и создаем контролируемое "бутылочное горлышко" взаимодействия компьютера с внешним миром.

Планшет с Аккорд-АМДЗ – главная профанация в области КБ, поражающая своим цинизмом – это установка на мобильные компьютеры (смартфоны, планшеты) средств криптографической защиты – VPN, СЭП – без создания на них СФК, ссылаясь на то, что СДЗ уровня платы расширения в планшет нельзя установить по различным причинам. Мы провели работы и установили СДЗ уровня платы расширения в планшет. Насколько нам известно, на сегодняшний день это первый успешный опыт. Решение позволяет сертифицировать СЗИ на класс КСЗ.

Ноутбук руководителя – это ноутбук с Аккордом, но это только внешне выглядит так, на самом деле – совсем другое решение. Идея заключается в том, что руководителю нужно дать возможность с его компьютера, на котором он решает те задачи, что считает нужным, иногда подключаться к корпоративной системе, и чтобы это было безопасно для системы. Казалось бы, тут подходит МАРШ!. Но руководители, как правило, не любят

Слайд 15 из 20 русский Заметки Примечания 79 %

В этом случае необходимо предупредить того, кто будет читать презентацию, чтобы он не использовал режим слайд-шоу, так как в нем заметок не видно. То же касается конвертации в pdf – необходимо помнить о том, что в этом случае заметки станут не видны.

С моей точки зрения все это в любом случае неудобно и эти неудобства не компенсируются никакими плюсами, однако, необходимо сдерживать консерватизм и следовать за требованиями времени.

Правильный способ создания таких презентаций звучит предельно просто, но эта простота обманчива. Необходимо придумать не текст, который «украсить» картинками, а картинки, которые снабдить подписями. Однако это отдельное сложное дело, требующее времени и особого склада ума. Разница между составлением презентации к докладу и презентации без доклада аналогична разнице между иллюстрированием рассказа и рисованием комиксов.

На этом закончим с презентациями без доклада как не связанными с публичными выступлениями.

Презентации к докладам

Для презентаций к докладам любого из выделенных выше типов (лекция, паблисити, «политический», формальный отчет) релевантно два общих правила.

1. Любой доклад следует рассматривать как возможность агитации в своих интересах (паблисити), приводить аудиторию к присоединению к какому-то предложению, то есть в нем должен быть проявлен целесообразных пафос. Однако во всех случаях, кроме непосредственно рекламных докладов, элементы паблисити *именно в презентации* – должны быть строго дозированы! Слайды как правило находятся перед глазами аудитории продолжительное время (не рекомендуется менять слайды чаще, чем раз в 1-2 минуты, кроме случаев, когда несколько слайдов представляет собой блок), и явная рекламность на них может раздражать и выглядеть неуместно, в отличие от произносимых слов, которые прозвучали и стали историей.

2. Второе правило, общее для всех типов презентаций к докладам: презентация и голосовой текст *не должны совпадать*, презентация должна добавлять что-то к говоримому, развивать его, иначе это не средство выразительности, а формальность. Частичный дубляж голосового текста допустим только в презентациях 4-го типа.

Важно! Если есть хоть малейшие сомнения в том, что презентацию удастся показать, необходимо подготовиться к варианту с доской и, на случай, что доски не окажется – к варианту с альбомом (или личной

переносной доской – такие продаются в форматах А3 и А4, с разлиновкой и без, очень удобно).

Все изделия, фотографии которых включены в презентацию, нужно постараться иметь с собой на всякий случай в натуральном виде. Все, что может пойти не так, как правило, не упускает возможности пойти не так, и это не должно выбить почву у вас из-под ног.

Итак, по порядку.

1. *Лекции или семинары* должны сопровождаться презентацией *или доской* обязательно. Презентация в этом случае – аналог доски, отсюда и ее содержательные и оформительские особенности.

Такая презентация должна обязательно содержать уведомления о переходе между разделами лекции/семинара (внутренние «заставки»), желательно – в начале иметь «план», если семинар/лекция планируется не 10-15 минут, а длинная (чтобы аудитория сориентировалась, на какой момент можно запланировать выйти, условно говоря, поболтать по телефону).

Содержательные слайды должны включать формулы, цитаты, важные классификации (еще раз напомним – не любое перечисление чего-угодно в столбик, а *важные* классификации), важные определения, мнемонические приемы (разного рода «ловушки внимания» типа «чем толще ЦОД, тем тоньше терминалы», которые должны обеспечить запоминание важных моментов). В части использования таких приемов можно себя чувствовать вполне свободно, они не воспринимаются негативно, если их не безвкусно много.

«Веселые картинки» (см. рисунок ниже) допустимы, но их должно быть мало относительно объема презентации, иначе они не будут «стрелять», а обучающий фактор презентации снизится за счет легкомысленного восприятия. А если их мало – то они неожиданны, и человек встряхивается, запоминает, но не успевает потерять рабочий настрой.

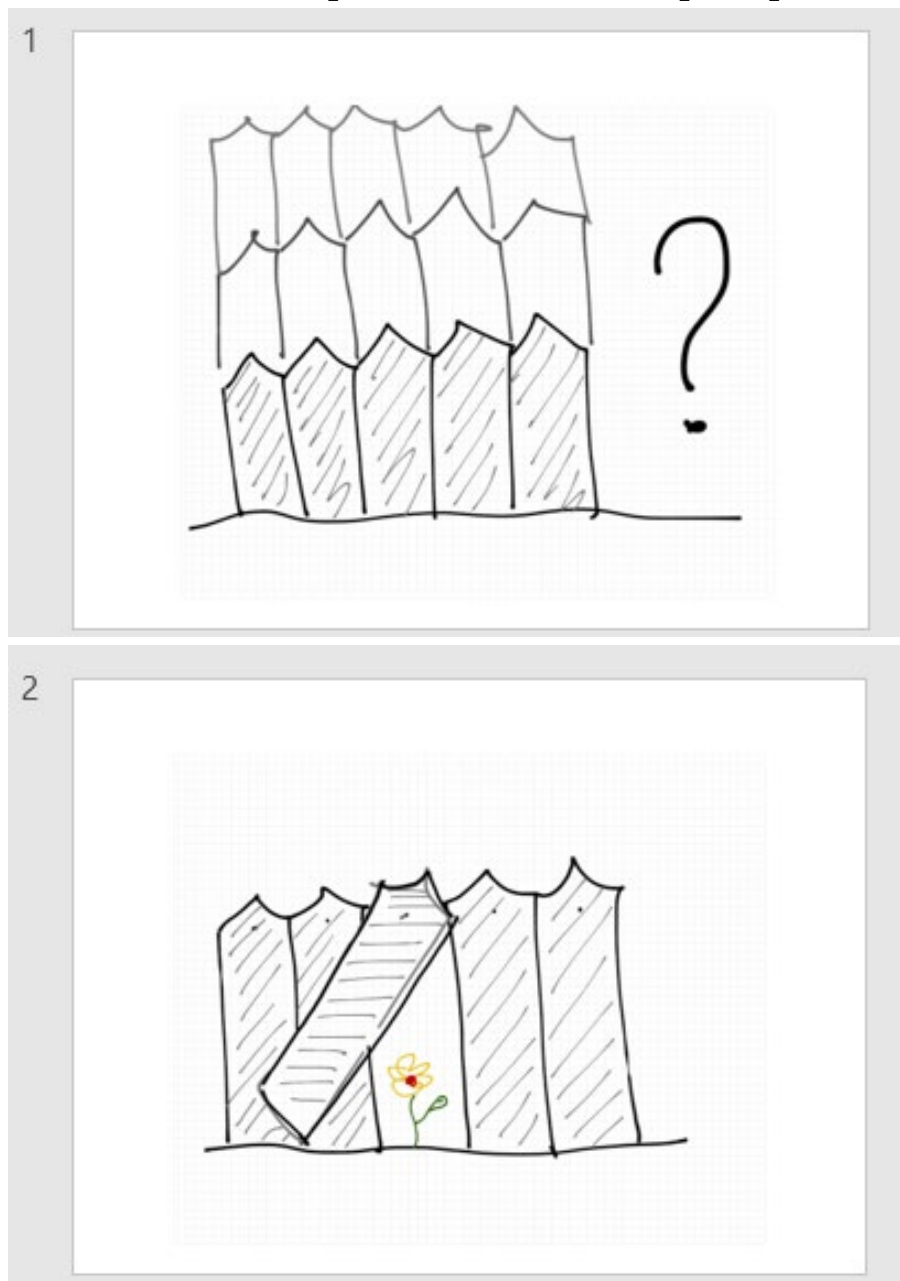
Желательно иметь в такого рода презентации слайды, которые можно долго рассматривать и комментировать, разбирать изображенное на них, объяснять «легенду» и прочее. Тогда

презентация не будет выглядеть формальным атрибутом, а будет восприниматься как осмысленно применяемый вами инструмент.

Поскольку презентация – аналог «доски», то она не должна быть излишне формализована (это, однако, не должно делать ее стилистически разнородной). В частности, нет необходимости строить все слайды по одной схеме (заголовок-подзаголовок-основной текст), но если уже эти части (все или некоторые) встречаются, то они должны быть оформлены единообразно.

Нет необходимости в обязательном наличии заголовка, если он не рождается органично. Плохой заголовок существенно хуже его отсутствия.

Выглядеть такая презентация может примерно так:



3

ИТ- совокупность
методов, способов,
приемов получения,
обработки и хранения
информации

4

Информационная
технология –
последовательность
операций...

5

ЗАЩИЩЕННАЯ ИТ -

- ИТ, обладающая свойством
сохранения

последовательности
операций

6

$$\begin{matrix} o_1 & o_2 & \dots & o_i & \dots & o_n \\ T_1 & T_2 & \dots & T_i & \dots & T_n \end{matrix}$$

$$\{o_i, T_i\}_{i=1}^n$$

7

$$O = \bigcup o_i$$

$$O = \{R, W, C, D, \dots\}$$

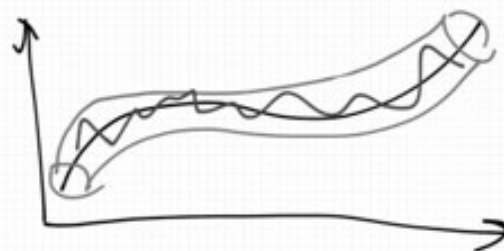
$$u_T: RW$$

$$u_T^*: RRW$$

$$u_{\hat{T}}: RWW$$

8

$$\begin{matrix} RR & \xrightarrow{?} & R \\ WW & \xrightarrow{?} & W \end{matrix}$$



9

$$P: a b - c$$

$$\vdash c d - f$$

$$\underline{a b d e \sim f e}$$

Задача установления
эквивалентности
слов

10

$$\{O_i, T_i\}$$

$$\vdash$$

$$\{P, T\}$$

11

$$T_i = ?$$

$$O_i \rightarrow \bar{z}_i$$

$$T_i = (N_{O_i}; \phi + h(\phi + \bar{z}_i))$$

12

Информация имеет направление

13

Вычисление подписи сообщения m :

- вычисляется хэш-код $h = H(m)$;
- выбирается случайное число k , взаимно простое с $p - 1$: $1 < k < p - 1$;
- вычисляется $r = g^k \pmod{p}$;
- вычисляется $s = k^{-1}(h - xr) \pmod{p - 1}$;
- подписью является пара $c = (r, s)$.

14

$$h_1 = H(m_1), h_2 = H(m_2)$$

и совпадающие подписи с одинаковым случайным числом k :

$$s = k^{-1}(h_1 - x_1 r) \pmod{p - 1} \text{ и}$$

$$s = k^{-1}(h_2 - x_2 r) \pmod{p - 1}.$$

А это значит, что

$$h_1 - x_1 r \pmod{p - 1} = h_2 - x_2 r \pmod{p - 1}.$$

$$X_2 = X_1 + \frac{h_2 - h_1}{r}$$

И так далее.

2. *Доклад паблисити* ни в коем случае не должен быть докладом рекламным. Никогда не делайте слайдов «коротко о нас» или «наши клиенты». Если эта информация почему-то уместна в докладе, то ее можно сказать и без слайдов, такие слайды выглядят крайне глупо.

Доклад паблисити отличается от доклада-обучения в первую очередь большим уклоном в концептуальные вещи и меньшим – в конкретику. Именно поэтому в нем уместнее «веселые картинки». Более того, по сути дела, любой другой способ визуализации концептуальной составляющей влечет за собой очень большой риск скатиться в презентацию типа 4 (формальную), что резко снизит эффективность и эффектность выступления.

Для доклада паблисити особенно важно, чтобы презентация не повторяла говорящего, а говорящий – презентацию. Если не получается придумать и нарисовать картинки, или просто душа не лежит к ним, то лучше сделать презентацию, состоящую в основном из «тезисов» – главных мыслей каждой части высказывания.

Поясню эту чудовищно звучащую фразу. Доклад, как правило, складывается из смысловых частей, работающих на главную мысль выступления в целом. Главную мысль выступления в целом, обычно, выражает название, поэтому с нее презентация начинается, и ею заканчивается. Далее все содержание доклада подводит слушателей к

понимаю того, что эта самая главная мысль верна. Но это приведение реализуется не единым куском (это было бы просто невозможно осмыслить), а некими смысловыми блоками. Так вот главные мысли этих блоков – вполне нормальная альтернатива «веселым картинкам». Хотя лучше, конечно, комбинировать.

В остальном правила те же.

Главное – не писать длинных мелких текстов, их все равно никто не будет читать, и вы сами, скорее всего, такой слайд промотаете, пробормотав что-то типа «ну вот тут написано о том..., пойдете дальше, чтобы не занимать время». Нужно честно признаться себе, что это очень плохо. Старайтесь таких маневров избегать.

Необходимо хорошо запомнить, что чем слайд парадоксальнее, тем сильнее он запоминается.

Но в *не слишком длинном* докладе нежелательно иметь много парадоксальных слайдов, это будет выглядеть как интересничанье. А вот если доклад длинный (действительно длинный – более 20 минут), то время от времени «будить» аудиторию чем-то шокирующим – вполне уместно. В докладе среднего размера шокирующих слайдов должно быть не более 2–3 (максимум), даже если почти все слайды – чисто картиночные.

Примеры презентации к докладам публисити.

Первый пример.



2



3

Читателю должны быть доступны:

- книги свободного доступа
- каталог
- история чтения
- наиболее часто используемые книги
- собственные записи
- оф-лайн общение с коллегами
- управление отношениями с библиотекой
- передача издания в фонды.

4



5

Пользователей сгруппировать по ролям:

- Читатель (может быть также автором и/или издателем)
- Автор (обязательно является читателем, может быть издателем)
- Издатель (обязательно является читателем, может быть автором)

6

Услуги сгруппировать по тому, кто определяет необходимый уровень защищенности:

- Читатель самостоятельно
- Библиотека

7

Пользователь:

- *получает* информацию **из системы**
- *поставляет* информацию **в систему**

8

Пользователь:

- получает информацию из системы
ПСКЗИ ШИПКА на базе ШИПКА-лайт
- поставляет информацию в систему
СОДС МАРШ!



9

Подсобный фонд:

- пользователь получает информацию из системы
требуется аутентификация



10

Каталог:

- пользователь получает информацию из системы
требуется аутентификация



11

Формуляр:

- пользователь *получает* информацию из системы
требуется аутентификация



Формуляр				Личная информация	
№	Имя	Фамилия	Пол	Дата рождения	Дата окончания
1	Иван	Иванов	М	1990-01-01	2010-12-31
2	Петров	Петров	М	1995-05-15	2015-06-30
3	Сидоров	Сидоров	М	2000-03-10	2020-03-31
4	Климов	Климов	М	2005-08-20	2025-08-31
5	Васильев	Васильев	М	2010-11-05	2030-11-30
6	Попов	Попов	М	2015-02-18	2035-02-28
7	Смирнов	Смирнов	М	2020-07-01	2040-06-30
8	Михайлов	Михайлов	М	2025-09-12	2045-09-30
9	Кузнецов	Кузнецов	М	2030-12-25	2050-12-31
10	Лебедев	Лебедев	М	2035-04-08	2055-04-30
11	Зинченко	Зинченко	М	2040-06-22	2060-06-30
12	Березин	Березин	М	2045-10-03	2065-10-31
13	Воробьев	Воробьев	М	2050-01-17	2070-01-31
14	Павлов	Павлов	М	2055-05-29	2075-05-31
15	Соколов	Соколов	М	2060-09-10	2080-09-30
16	Новиков	Новиков	М	2065-12-24	2085-12-31
17	Харченко	Харченко	М	2070-03-07	2090-03-31
18	Мельников	Мельников	М	2075-07-19	2095-07-31
19	Шевченко	Шевченко	М	2080-11-02	2100-11-30
20	Полещук	Полещук	М	2085-04-14	2105-04-30
21	Виноградов	Виноградов	М	2090-08-26	2110-08-31
22	Григорьев	Григорьев	М	2095-12-09	2115-12-31
23	Иванов	Иванов	М	2100-03-21	2120-03-31
24	Петров	Петров	М	2105-07-04	2125-07-31
25	Сидоров	Сидоров	М	2110-10-16	2130-10-31
26	Климов	Климов	М	2115-02-28	2135-02-28
27	Васильев	Васильев	М	2120-06-10	2140-06-30
28	Попов	Попов	М	2125-09-23	2145-09-30
29	Смирнов	Смирнов	М	2130-12-05	2150-12-31
30	Михайлов	Михайлов	М	2135-04-18	2155-04-30
31	Кузнецов	Кузнецов	М	2140-07-31	2160-07-31
32	Лебедев	Лебедев	М	2145-11-13	2165-11-30
33	Зинченко	Зинченко	М	2150-03-26	2170-03-31
34	Березин	Березин	М	2155-07-08	2175-07-31
35	Воробьев	Воробьев	М	2160-10-21	2180-10-31
36	Павлов	Павлов	М	2165-02-03	2185-02-28
37	Соколов	Соколов	М	2170-05-16	2190-05-31
38	Новиков	Новиков	М	2175-08-29	2195-08-31
39	Харченко	Харченко	М	2180-12-11	2200-12-31
40	Мельников	Мельников	М	2185-04-24	2205-04-30
41	Шевченко	Шевченко	М	2190-07-07	2210-07-31
42	Полещук	Полещук	М	2195-10-20	2215-10-31
43	Виноградов	Виноградов	М	2200-02-02	2220-02-28
44	Григорьев	Григорьев	М	2205-05-15	2225-05-31
45	Иванов	Иванов	М	2210-08-28	2230-08-31
46	Петров	Петров	М	2215-12-10	2235-12-31
47	Сидоров	Сидоров	М	2220-03-23	2240-03-31
48	Климов	Климов	М	2225-06-05	2245-06-30
49	Васильев	Васильев	М	2230-09-18	2250-09-30
50	Попов	Попов	М	2235-12-01	2255-12-31
51	Смирнов	Смирнов	М	2240-03-14	2260-03-31
52	Михайлов	Михайлов	М	2245-06-27	2265-06-30
53	Кузнецов	Кузнецов	М	2250-09-09	2270-09-30
54	Лебедев	Лебедев	М	2255-12-22	2275-12-31
55	Зинченко	Зинченко	М	2260-03-05	2280-03-31
56	Березин	Березин	М	2265-06-18	2285-06-30
57	Воробьев	Воробьев	М	2270-09-01	2290-09-30
58	Павлов	Павлов	М	2275-12-14	2295-12-31
59	Соколов	Соколов	М	2280-03-27	2300-03-31
60	Новиков	Новиков	М	2285-06-09	2305-06-30
61	Харченко	Харченко	М	2290-09-22	2310-09-30
62	Мельников	Мельников	М	2295-12-05	2315-12-31
63	Шевченко	Шевченко	М	2300-03-18	2320-03-31
64	Полещук	Полещук	М	2305-06-01	2325-06-30
65	Виноградов	Виноградов	М	2310-08-14	2330-08-31
66	Григорьев	Григорьев	М	2315-11-27	2335-11-30
67	Иванов	Иванов	М	2320-03-10	2340-03-31
68	Петров	Петров	М	2325-06-23	2345-06-30
69	Сидоров	Сидоров	М	2330-09-06	2350-09-30
70	Климов	Климов	М	2335-12-19	2355-12-31
71	Васильев	Васильев	М	2340-03-02	2360-03-31
72	Попов	Попов	М	2345-06-15	2365-06-30
73	Смирнов	Смирнов	М	2350-09-28	2370-09-30
74	Михайлов	Михайлов	М	2355-12-11	2375-12-31
75	Кузнецов	Кузнецов	М	2360-03-24	2380-03-31
76	Лебедев	Лебедев	М	2365-06-07	2385-06-30
77	Зинченко	Зинченко	М	2370-08-20	2390-08-31
78	Березин	Березин	М	2375-11-03	2395-11-30
79	Воробьев	Воробьев	М	2380-02-16	2400-02-28
80	Павлов	Павлов	М	2385-05-29	2405-05-31
81	Соколов	Соколов	М	2390-08-11	2410-08-31
82	Новиков	Новиков	М	2395-11-24	2415-11-30
83	Харченко	Харченко	М	2400-03-07	2420-03-31
84	Мельников	Мельников	М	2405-06-20	2425-06-30
85	Шевченко	Шевченко	М	2410-09-03	2430-09-30
86	Полещук	Полещук	М	2415-12-16	2435-12-31
87	Виноградов	Виноградов	М	2420-03-29	2440-03-31
88	Григорьев	Григорьев	М	2425-06-11	2445-06-30
89	Иванов	Иванов	М	2430-09-24	2450-09-30
90	Петров	Петров	М	2435-12-07	2455-12-31
91	Сидоров	Сидоров	М	2440-03-20	2460-03-31
92	Климов	Климов	М	2445-06-03	2465-06-30
93	Васильев	Васильев	М	2450-08-16	2470-08-31
94	Попов	Попов	М	2455-11-29	2475-11-30
95	Смирнов	Смирнов	М	2460-03-12	2480-03-31
96	Михайлов	Михайлов	М	2465-06-25	2485-06-30
97	Кузнецов	Кузнецов	М	2470-09-08	2490-09-30
98	Лебедев	Лебедев	М	2475-12-21	2495-12-31
99	Зинченко	Зинченко	М	2480-03-04	2500-03-31
100	Березин	Березин	М	2485-06-17	2505-06-30

12

Отложенные книги:

- пользователь *получает* информацию из системы
требуется аутентификация



И так далее.

Второй пример.

1

ПРО СЕКРЕТ

Pro Secret

2



С флешками все очень просто – подключил к USB-разъему и работаешь. В то же время – с флешками все очень сложно: на них постоянно заводятся вирусы, их легко выронить, а злоумышленнику очень легко их украсть.

Есть два варианта – не носить на флешках ничего важного, или... использовать защищенные флешки:

«СЕКРЕТ»

– это USB-накопитель, который работает только там, где ему разрешено.

3



Флешка – это маленькая вещица, на владение которой очень сильно влияет характер пользователя.

Кто он – «Супермен», который считает, что у него все под контролем?...

4



Флешка – это маленькая вещица, на владение которой очень сильно влияет характер пользователя.

кто он – «Мачо», для которого главное – произвести впечатление?
«Растяпа», который не уверен в том, где он последний раз видел свою голову?...

5



Флешка – это маленькая вещица, на владение которой очень сильно влияет характер пользователя.

кто он – «Доверчивый», обмануть которого проще, чем ребенка? «Крыса», который всегда и во всем ищет собственную выгоду и не чист на руку?...

6



Проще всего флешку, конечно, потерять. И как узнать, потерялась она, или украдена? Если потерялась, то не нашел ли ее тот, кому не следовало бы читать то, что в ней записано? С «Секретом» – это не проблема.

И так далее.

И третий пример – такая презентация может использоваться и для доклада-обучения.

6

Биометрические системы идентификации



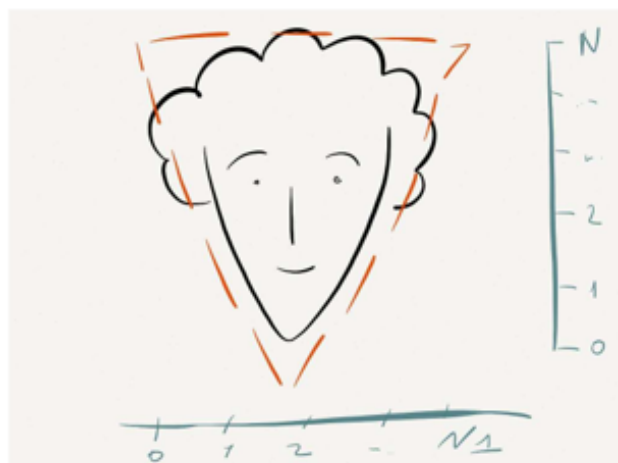
7

Рисунок радужной оболочки глаза



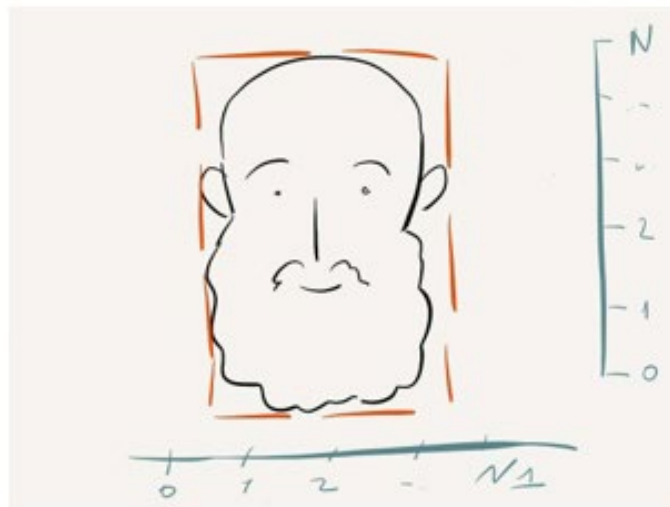
8

Геометрия лица



9

Геометрия лица



10

Выражение лица



11

Анализ папиллярного рисунка на пальцах



12

Сканер сосудистого русла в виде Мыши



13

Режимы работы

Верификация — сравнение предъявленного биометрического параметра один к одному с эталоном. Проверяется, что пользователь тот, за кого он себя выдает.

Идентификация — сравнение один ко многим: предъявленные данные сравниваются со всеми параметрами, имеющимися в базе для определения личности. Идентификация личности проходит успешно, если в базе данных найден эталон, соответствующий предъявленным данным. Проверяется, кто такой этот пользователь.

14

Эталон



И так далее.

3. На практике *политический доклад* либо вообще не сопровождается презентацией, либо сопровождается презентацией 4-го типа (формальной). Но это «плохой пример», это как раз то, «благодаря» чему политические доклады как правило звучат заунывно и воспринимаются скучно, даже если по содержанию они интересные и даже революционные. Нужна большая харизма, чтобы переломить восприятие, насаждаемое такой презентацией. Поэтому правило лучше всего сформулировать так: политические доклады *должны* либо *не* сопровождаться презентацией вообще, либо сопровождаться презентацией, состоящей *исключительно* из картинок, афоризмов и цитат. В данном случае под цитатами имею в виду выдержки из документов или статей, с которыми докладчик полемизирует, или (реже) на которые опирается. Под афоризмами я имею в виду – «Чем толще ЦОД, тем толще терминалы», «ДБО – дешево, быстро, опасно». То есть то, что вы хотите, чтобы пошло в народ.

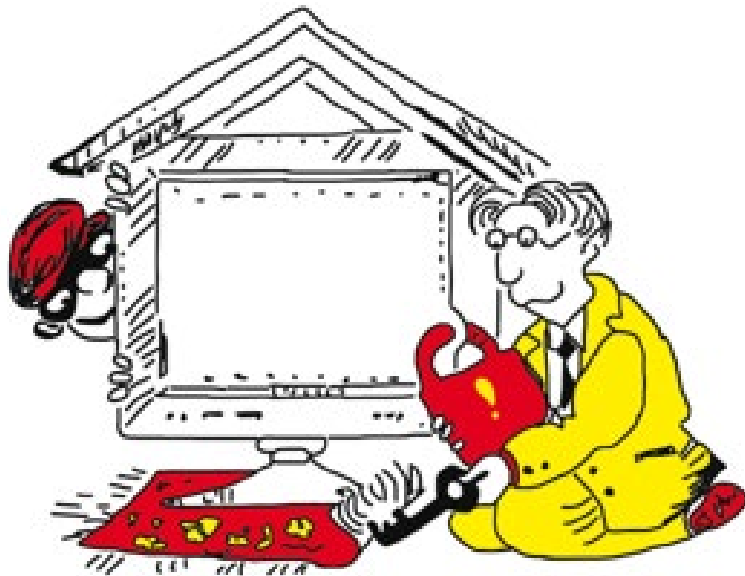
Внимание! Относитесь к своим «афоризмам» очень критически! Лучше поосторожничать и не поделиться нетленкой, чем поделиться ерундой под соусом афоризма. Лучше придуманную формулировку сначала на ком-то опробовать, чтобы не выдать банальность или пошлость.



2



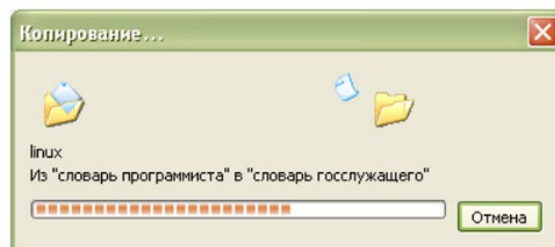
3



4



5



7

Чем толще
ЦОД,
тем тоньше
терминалы

8



9



И так далее.

4. **Формальный доклад-отчет** о проделанной работе – это отнюдь не всегда плохо. Во-первых, это иногда просто необходимо делать: когда вы реально отчитываетесь о проделанной работе. Во-вторых, иногда именно с помощью придания своему докладу такой вот формы – можно придать ему «государственное», бюрократическое звучание. Это может быть полезно для определенного позиционирования перед определенной аудиторией.

Для этого на слайдах должно быть как раз много перечислений и цифр, должны быть обязательно выделены цель, задачи, проблемы, пути решения, результаты, выводы.

Строго говоря, «Веселые картинки» в таких докладах не вполне уместны, но если вы уверены в себе, то эффект неожиданности может сыграть и «за» вас. Но тут надо четко взвесить свои силы и соотношение собственной харизмы и данной конкретной аудитории, чтобы презентация не смотрелась «с чужого плеча».

Для презентации такого типа обязательно абсолютное единообразие слайдов (заголовок-подзаголовок-текст).

Выглядеть такая презентация может, например, так.



2



Нормативно-справочная документация

- Постановление Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2010 г. № 697 «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия»
- Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 27 декабря 2010 г. № 190 «Об утверждении технических требований к взаимодействию информационных систем в единой системе межведомственного электронного взаимодействия»
- Постановление Правительства Российской Федерации № 451 от 08.06.2011 «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме»
- Приказ Минкомсвязи России от 13 апреля 2012 г. № 107 «Об утверждении Положения о федеральной государственной информационной системе "Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме»
- «Методические рекомендации по разработке электронных сервисов и применению технологии электронной подписи при межведомственном электронном взаимодействии» дополнение к требованиям, содержащимся в приказе Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 27 декабря 2010 г. № 190

1



3



Участники межведомственного электронного взаимодействия

Информационные системы:

- федеральных органов исполнительной власти
- государственных внебюджетных фондов
- исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации
- органов местного самоуправления
- государственных и муниципальных учреждений
- многофункциональных центров
- иных органов и организаций

в целях предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме.

1



4



Место СМЭВ в инфраструктуре электронного правительства



1



Почему так – очень легко понять на примере. Сами посудите, если в присутствии английской королевы я сяду, как в своем кабинете, подогнув под себя ноги – будет ли это нормально? Мягко говоря, не совсем, хотя это вполне непринужденно, и ничего оскорбительного в этой позе нет. Просто это неуместно. В присутствии принципиально более высоких субординационно должностных лиц (особенно, если они выступают именно как должностные лица) вести себя нужно сдержано. А в некоторых случаях целесообразно даже демонстрировать, что вы «побаиваетесь», вести себя подчеркнуто скованно. Это целесообразно делать в том случае, если есть основания считать, что высокопоставленное лицо очень трепетно относится к своей высокопоставленности. Уверяю вас, если на самом деле вы не испытываете робости, то это будет видно и оценено по достоинству и «лицом» и окружением.

Итак, если субординационных причин для нарочитой робости нет, то робеть не надо, надо вести себя с достоинством, понимая, что вы тут говорите не потому, что вас смилостивились выслушать, а потому, что вам есть что сказать на эту тему.

Не лишним будет повторить, что желательно выступать стоя, а не сидя. Желательно двигаться. Менять позу, делать шаги и различные жесты.

Но все это не касается напрямую презентации, а что же делать именно с презентацией?

1) Не делать вид, что это что-то, не имеющее к вам никакого отношения. Во-первых, все равно все видят (или хотя бы догадываются), что это вы переключаете слайды, а не фокус такой. Во-вторых, если вы взаимодействуете со своей собственной презентацией, то она крепче увязывается для слушателей с текстом доклада, а не просто идет на фоне.

Иногда может быть полезно, чтобы она именно шла фоном. Обычно это полезно для политических докладов.

2) Не погружаться полностью в процесс управления презентацией – это способ за нее спрятаться и отгородиться от аудитории. Вы полностью погружены в отношения с презентацией, внимательно ее изучаете, смотрите, что там дальше и как

переключить... никого это не обманет, понятно, что вы просто волнуетесь. Но аудиторию вы при этом теряете, потому что пока вы заняты своей презентацией, остальные могут заняться чем-то еще. Если же по каким-то причинам это необходимо – что-то технически действительно сложно идет – то желательно привлечь на помощь кого-то еще – из аудитории или из обслуживающего конференцию персонала, и публике прокомментировать свои затруднения, а не молча копаться. Буквально сказать «что-то сломалось в оборудовании, демонстрирующем мои слайды, мне нужна помощь, чтобы это устранить». Можно предложить продолжить без презентации.

3) Если нужно прочитать слайд и что-то на нем прокомментировать – объясните это: «этот слайд я зачитаю, потому что...».

4) Если вы сбились, то лучше сказать «так, минуточку, я сбился...», чем просто молча застыть в изучении или панически листать презентацию туда-сюда.

5) Если хочется углубиться в какой-то слайд, не смотрите на него неотрывно – показывайте его аудитории, делайте жесты, обращайтесь к слушателям. Не «на этом слайде показано», а «вот, посмотрите, тут...». Используйте указку.

6) Избегайте однообразия – комбинируйте взаимодействие с презентацией и взаимодействие с аудиторией. Подходите то к одной, то ко второй, поворачивайтесь то к одной, то ко второй.

Если выбран сценарий, при котором презентация – это фон, идущий за спиной, и к вам он отношения не имеет, будьте готовы к тому, что задуманные вами «спецэффекты» могут и проскочить мимо. Запасите что-то еще – какого-то кролика из шляпы, который сработает, если, глядя на вас, аудитория забудет смотреть на презентацию и ничего не увидит.

7) Не отгораживайтесь от того, что вы автор этой презентации. Не «тут показано», а «я тут показал», или «на этом слайде я постаралась сформулировать...». Хуже всего, когда аудитория подозревает, что ей показывают «общую» презентацию, стандартную заготовку, которую подготовил и не докладчик, и не к этому случаю. Наиболее вопиюще это показывают случаи, когда оратор говорит «так, эти слайды я пропущу...». Если такие действия необходимо проверить, то их

нужно объяснить – отсутствием времени, например: «к сожалению, оказалось, что у меня намного меньше времени, чем я рассчитывал...». Всячески старайтесь подчеркнуть, что эту презентацию вы делали именно для этой аудитории.

8) Если вы обнаружили ошибку в презентации, лучше честно сказать об этом, потому что ее скорее всего заметят. Но лучше, конечно, постараться ее обнаружить (и по возможности исправить) до доклада.

На этом можно закончить тему презентаций к публичным выступлениям, так как основное, что требуется в работе с ними – свобода – приходит с опытом и дается практикой, а не чтением книг.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

В завершение основной части учебника (хотя для прикладной дисциплины еще большой вопрос, что является основным – примеры и задания или теоретический текст), хочется сформулировать напутствие. Постарайтесь *полюбить* выступать – именно в этом случае это будет получаться действительно *хорошо*: мы обычно хорошо делаем то, что любим (и наоборот – любим то, что делаем хорошо). Но если не получится – не расстраивайтесь. Достаточно уметь выступать *прилично*. Хорошо – не обязательно так уж нужно каждому.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ЗАДАНИЯ И УПРАЖНЕНИЯ

ЭТОС. Задание 1. Работа с разными аудиториями

Составьте речи по следующим легендам:

- 1) На встрече бывших одноклассников каждый рассказывает о своей нынешней специальности. Подготовьте свою речь.
- 2) На собрании параллели восьмых классов лица (то есть от 50 до 100 восьмиклассников) учителя выступают с представлением своего курса по выбору, с тем чтобы ученики записались на понравившийся им курс. Составьте речь, представляющую курс по Вашей специальности.
- 3) На педсовете (собрании педагогического состава) лица (школы, гимназии) Вам необходимо аргументировать необходимость введения в учебный план курса по выбору по Вашей специальности. Составьте речь для своего выступления.

Рекомендации по выполнению:

Заранее прочитанный образец может мешать составить речь, навязывая собственную логику и примеры, поэтому желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать образец. В случае если это никак не получается, прочитайте сначала образец А) – по той же легенде, но другой специальности.

ПАФОС. Задание 2. Анализ проявлений пафоса

Проанализируйте приведенный отрывок статьи с точки зрения того, как в нем скомбинированы нисходящий и восходящий типы пафоса. Необходимо выявить фрагменты текста, проявляющие пафос, и для каждого из них охарактеризовать тип пафоса и эмоцию, вызвать которую в аудитории задумал автор.

При выполнении данного задания маловероятно, что образец будет мешать выполнению, поэтому можно ознакомиться с образцом заранее.

СМЫСЛ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Яркой приметой времени являются дискуссии по мобильным решениям. Рассмотрим одно типичное выступление, представленное журналом «Информационная безопасность банков» в разделе «Энциклопедия безопасности». Возможно, эта «энциклопедическая» статья основана на неумелой стенограмме выступления. Устная речь отличается от литературной, это понятно, но нельзя же публиковать под рубрикой «Энциклопедия» совершенно сырой непричесанный материал! Это дело журнала, конечно, но впечатление от сумбурного выступления остается очень тяжелое, портящее мнение и о выступающем, и о журнале, позволяющем себе такие публикации.

Но оставим форму, обратимся к содержанию. Попытаемся найти смысл.

Бессмысленность в безопасности

Статья (? Доклад? стенограмма?) В. Иванова «Электронная подпись на мобильных устройствах и облачные решения: секреты должны оставаться секретами», о новом решении компании «Актив» для электронной и облачной подписи.

В чем актуальность научного поиска? В. Иванов постулирует¹⁶: «сейчас стоит задача разделить ключи подписи от устройства, но при этом не прибегать к контактным интерфейсам, сделать это по разумной цене и при этом с хорошей криптографией. И решением является их новое устройство – дуальная смарт-карта Рутокен ЭЦП 3.0 с интерфейсом NFC».

«Отделить ключи подписи от устройства» – зачем? От какого устройства? От любого? А как их потом использовать? И как вообще они туда попали? Может, чтобы не отделять – не стоило туда их помещать?

«Не прибегать к контактным интерфейсам» – почему? Чем они провинились? Тем, что не используют уязвимые радиоканалы?

«Сделать это с хорошей криптографией» -- что сделать? «Отделить ключи подписи от устройства»? И что означает «хорошая

¹⁶ Цитируется по тексту журнала с сохранением особенностей изложения.

криптография»? Вспоминается М. А. Булгаков с отрицанием осетрины второй свежести.

Ну что же, задачи поставлены, хотя и невнятно.

Но, может быть, они уже решены с использованием других средств? Нет, утверждает автор, у других решений много недостатков. Автор отмечает, что мобильное приложение, мобильное устройство, токены и SIM-карты в качестве носителей имеют слишком много недостатков, и, следовательно, подразумевается, что новое решение таких недостатков лишено. Напомним, что в качестве такового предлагается рассмотреть смарт-карту «Рутокен ЭЦП 3.0» с интерфейсом NFC.

О каких же недостатках идет речь? Автор рассматривает несколько вариантов – СКЗИ как приложение, СКЗИ на базе SIM-карты, токены и облачная подпись. Автор критикует эти подходы (мы с ним в его пафосе солидарны, но критика должна быть объективной и предметной, в профессиональном дискурсе). Вслед за автором рассмотрим и мы.

«Мобильная подпись непосредственно в мобильном приложении»

СКЗИ в целом, и подпись в частности, реализованные в виде приложения – это программное СКЗИ. Значит, оно должно использоваться в доверенной среде функционирования криптографии – то есть как минимум на доверенном устройстве. Использовать недоверенное устройство нельзя – и вопрос тут не в мобильности терминала или мобильности подписи (кстати – что это?), а в отсутствии возможности поддержки доверенной среды функционирования криптографии (СФК). Если мысль в журнальном изложении нам удалось уловить правильно – то нельзя не согласиться с автором. Только повторим еще раз – дело тут не в мобильности, а в незащищенности среды, в невозможности обеспечить нужные условия. Приложение в незащищенной среде не может быть приемлемым решением для СКЗИ. Этот факт общеизвестен и понятен всем, и вряд ли требуется это пояснять. Классификация внутренних нарушителей начинается с Н2, и поэтому рассматривать класс защищенности КС1

для защиты от внутренних нарушителей – по меньшей мере непрофессионально. Автор прав.

Но чем мотивирует автор?

Не приводя ужасную цитату, выберем из текста слова, похожие на используемые в технической защите информации:

- защита генератора случайных чисел,
- безопасность ключей,
- хранение ключей в доверенном хранилище,
- мобильные устройства не поддерживают по умолчанию российскую криптографию.

О каком генераторе случайных чисел в смартфоне вообще идет речь? От чего его нужно защищать? Качество случайных последовательностей, используемых для ключа подписи играет важную роль, но где взять отсутствующий генератор, чтобы потом его защищать? Видимо, автор ненароком процесс обеспечения качества случайных последовательностей назвал «защитой». Но это не слишком корректно, если не сказать яснее. Не нужно так делать. Защита и обеспечение – это разные процессы. Профессионалы должны это понимать.

«Безопасность ключей» – они что, ощущают незащищенность и в связи с этим неуверенность в завтрашнем дне? Или они сами опасны? Ключи нужно правильно изготавливать, хранить и правильно применять. Страшиться не стоит.

Доверенное хранилище ключей – правильно, хранение ключей принципиально важно. Хранить ключи в файловой системе или в коде приложения – совершенно недопустимо, здесь с автором нужно согласиться, если его мысль понята нами правильно.

«Мобильные устройства не поддерживают по умолчанию российскую криптографию» – вот эта мысль мне не понятна. А стационарные устройства поддерживают? А как это – «по умолчанию»? Не любую программу могут выполнить смартфоны? А думалось, что они вполне соответствуют модели Тьюринга и тезису Черча-Тьюринга о том, что машина Тьюринга способна выполнить любой вычислимый алгоритм.

Итак – использовать приложение в качестве СКЗИ – плохая идея.

Вывод правильный, хотя в статье и не сформулированный. А аргументация беспомощная. Поэтому доверие и не возникает.

SIM-карты

Недостатки, которые В. Иванов нашел у sim-карт, сводятся к следующему:

- нужно производить специальные SIM-карты, а это стоит денег,
- возникает проблема с идентификацией пользователей – мобильный оператор не является УЦ,
- доступ к sim-карте возможен только из sim-приложения,
- и вообще, sim-карты – это уже прошлое.

Рассмотрим первые два пункта – этого достаточно. Доступ программируется, а sim-карты есть. Переход на виртуальные sim – карты давно обещан, но пока не реализован. А сразу после реализации виртуальные sim-карты будут наверняка атакованы хакерами, и, видимо, это даст новый виток противостояния, который завершится внесением изменений в аппаратную структуру смартфона.

Таким образом, именно это и есть смысл рассматривать – иначе изменения аппаратуры могут оказаться бесполезными с точки зрения технической защиты информации. А использовать такой шанс очень заманчиво.

Специальные sim-карты стоят денег. Справедливо. Но означает ли указание на этот недостаток то, что предлагаемые автором решения не стоят денег? Интересненько. Раньше мне казалось, что в аппаратном смысле смарт-карты и сим-карты не сильно отличаются. Почему же решение «Актива» ничего не стоит? Странный способ маркетинга.

Идентификация и УЦ. Это серьезная проблема, и ее стоит обсудить. Причем с самого начала – от ФЗ 1 до нынешних времен. Дело в том, что в общественном сознании укрепился миф (фейк? заблуждение? – как минимум, заблуждение), что УЦ призван изготавливать ключ подписи. Но это не так. Это лишь одна из услуг, которую УЦ может (может!) оказать, но окажет только в том случае, если гражданин внезапно проникнется огромным и ничем необъяснимым доверием к УЦ и его персоналу.

А главная, основная функция УЦ – изготовление сертификата ключа проверки подписи. Вот и все. И ничего другого.

Правильный, безопасный процесс получения сертификата ключа подписи и, соответственно, возможности использовать электронную подпись в процессе информационного взаимодействия заключается в следующем.

1. Пользователь устанавливает СКЗИ, в состав функций которого обязательно входят функции генерации ключевой пары.
2. С использованием СКЗИ генерируется ключ подписи и вычисляется ключ проверки подписи.
3. Ключ подписи записывается на выбранные пользователем носители, один или несколько – здесь пользователь ничем не ограничен, кроме собственных представлений о безопасности.
4. Ключ проверки подписи также записывается на носитель, но уже другой. Этот носитель понадобится для визита в УЦ.
5. Пользователь обращается в УЦ за услугой изготовления сертификата ключа подписи, передавая в УЦ в качестве исходных данных ключ проверки подписи – этого для УЦ вполне достаточно (кроме, естественно, обычных документов).
6. УЦ изготавливает сертификат ключа подписи и записывает его на носитель, который удобен для пользователя.

Как мы видим, этот процесс никак не связан с тем, является ли оператор связи заодно и удостоверяющим центром. Оператор связи продает оборудование, а УЦ изготавливает СКП. И совершенно необязательно объединять эти две разные услуги. А функцию записи ключа на носитель должен реализовать вендор СКЗИ. Очевидно, что УЦ излишне настойчиво предлагают пользователю услугу, которая заключается в полном цикле – от генерации ключа подписи до изготовления СКП. Наверное, можно и так – хотя в результате безопасность информационного взаимодействия выглядит сомнительно. Такой подход аналогичен тому, что при визите в паспортный стол мы просили бы паспортистку не зафиксировать нашу подпись, а придумать ее и самостоятельно внести в паспорт и учетную карточку. Согласитесь – похоже на бред. И почему же мы не видим аналогии в просьбе к УЦ изготовить ключ подписи за нас?

Проблема очевидна. Разрешается она, с одной стороны, созданием правильных СКЗИ, позволяющих пользователю реализовать описанную выше процедуру, и повышением грамотности пользователей, которые сейчас бредут по извилистой тропинке, навязываемой УЦ. И уж совсем ни при чем тут мнимые недостатки sim-карты.

Токены

Токен всем хорош, только нельзя его недорого сделать таким, что бы его контакты позволяли его подключить к любому смартфону, а из радиоканалов на смартфонах есть только Bluetooth, и он ненадежен – вот краткое изложение мнения В. Иванова.

Но почему нужно делать токен, который снабжен *всеми типами разъемов* – Иванов нам не сообщает. Давайте делать токены с разными типами разъемов – что этому мешает? Только не говорите, что ключ подписи обязательно неразрывно связан со своим носителем – это техническая бессмыслица. Нужно аккуратно решать несложную инженерную задачу, и все будет хорошо.

Ну и о ненадежности Bluetooth – я бы не стал так огульно оценивать один из весьма удачных протоколов. Если есть уязвимости, существенные с точки зрения безопасности – то они должны быть названы, а потом блокированы известными механизмами.

Облачная подпись

Обычно под облачной подписью понимают механизм, при котором ключи подписи отчуждены от их владельца, и хранятся где-то далеко и надежно, но пользователь может все же воспользоваться ими и подписать документ. Все так, но, по меткому замечанию В. Иванова, задача доверенного хранения и использования ключей подписи замещается при этом нерешаемой задачей доверенной идентификации пользователя с помощью недоверенного устройства.

В применении облачных решений Иванов видит проблему в сложности интеграции (правда, не говорит, что и с чем нужно интегрировать), а не в том, что нельзя доверять идентификации на недоверенном устройстве, даже если недоверенной является одна сторона из двух.

Здесь отметим лишь то, что уже есть идеи, позволяющие решить проблему идентификации с помощью недоверенного устройства. Это

интерактивная рефлекторная биометрическая идентификация. О ней уже достаточно написано, что можно было бы заметить, если занимаешься этим вопросом. Решения скоро появятся на рынке, и тогда применение облачных технологий в цифровых сервисах окажется возможным, несмотря на мифические трудности интеграции.

Смарт-карта

Вот это главное. Вот это Владимир Иванов и предлагает. Что же, рассмотрим.

Вот как описывается предложение в журнале – прошу прощения за длинную цитату.

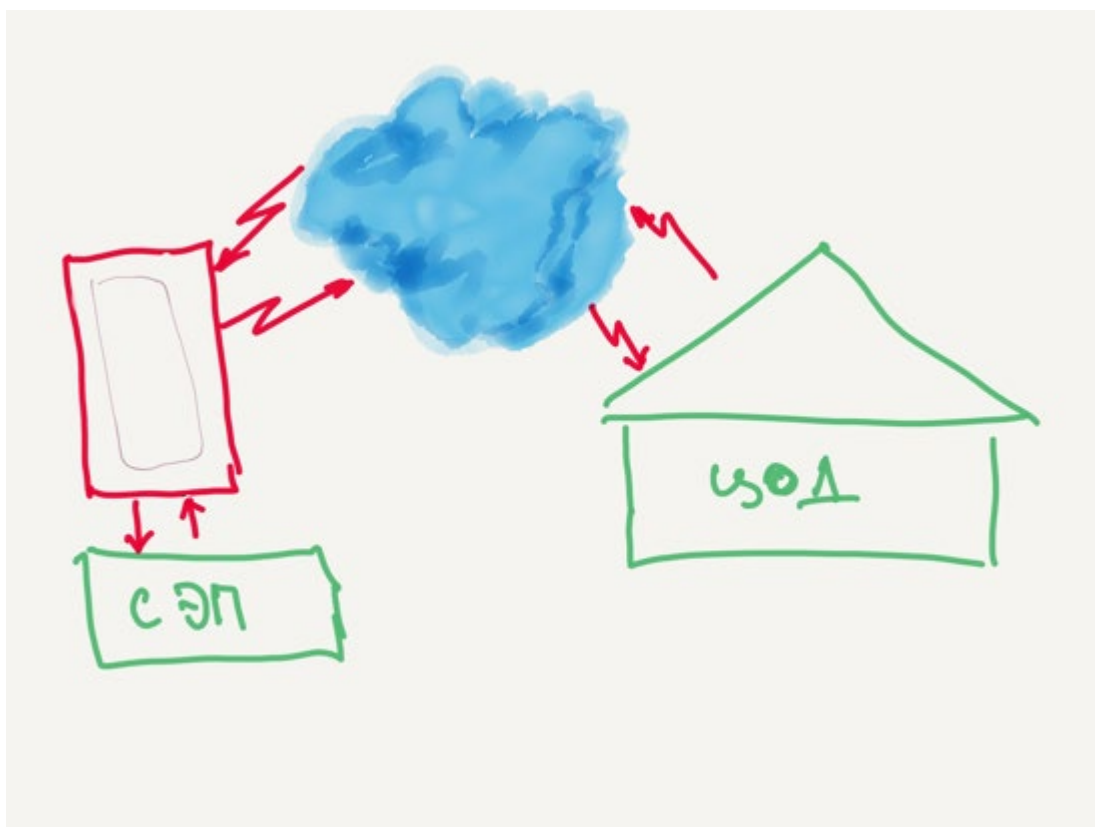
« ... «Мы сегодня представляем наше новое устройство – это дуальная смарт-карта Рутокен ЭЦП 3.0 с интерфейсом NFC. ... И у нас получается, что неизвлекаемые ключи подписи лежат на смарт-карте. Мы можем подписывать на этой карте данные и от приложений, и от браузера, и на мобильном приложении – фактически, где угодно. И плюс к тому, если мы работаем в облачной среде, мы эту смарт-карту можем использовать для аутентификации пользователя на облачном сервисе. Таким образом, ключи подписи продолжают лежать в облачном сервисе, а доступ к ним осуществляется по защищённым протоколам, с хорошей мощной аутентификацией на аппараты криптографии», – пояснил Владимир Иванов».

Оставим на совести автора странный для профессионала дискурс (типа «мощная аутентификация на аппараты криптографии»), рассмотрим суть предложения.

Итак:

1. Пользователь работает на недоверенном терминале (смартфоне, компьютере, планшете и др.), у которого есть NFC.
2. Рядом кладется смарт-карта с NFC, на которой реализовано СКЗИ с неизвлекаемым ключом подписи.
3. По NFC из терминала на смарт-карту направляется документ.
4. Документ подписывается за счет СКЗИ на смарт-карте.
5. И отправляется по NFC снова на недоверенный компьютер.

Вот как это выглядит графически.



*Рис.1. Взаимодействие при использовании «облачных» ключей.
Зеленым – доверенные элементы, красным – недоверенные.*

Это типичная сервисная модель. ЭП как сервис. И все бы хорошо, но только такие модели работают в том случае, когда все участники взаимодействия являются доверенными. И не могут использоваться тогда, когда хоть один из участников информационного взаимодействия использует недоверенные системы. Проиллюстрируем этот тезис совсем простым примером.

На недоверенном устройстве формируется платежное поручение, в котором фиксируется Ваше волеизъявление перечислить 100 рублей.

Естественно, на экране вы видите цифру 100, и инициируете отправку этого документа на сервис СКЗИ.

Вредоносное ПО (ВрПО), которое точно есть на недоверенном смартфоне, добавляет к указанной Вами сумме три нуля, и посылает на сервис 100 000.

Доверенный сервис немедленно подписывает подлинной Вашей подписью модифицированную сумму и отправляет документ обратно.

ВрПО получает этот документ, убирает лишние три нуля и посылает на отображение.

Вы видите «правильный» подписанный документ, и иницилируете передачу его в банк.

Передается, конечно, не то, что Вы видите, а то, что подписано – то есть 100 000 с подлинной Вашей подписью.

Простейшая атака, но чрезвычайно эффективная. И хорошо иллюстрирующая, что сервисная схема может применяться только тогда, когда используется доверенное оборудование, как минимум – доверенное средство отображения.

Странно, что до сих пор приходится это объяснять. Мне казалось, что достаточно прочесть ФЗ об электронной подписи, и стараться потом в своей деятельности его не нарушать.

Итак:

Никакая сервисная схема не обеспечит безопасности, если используются недоверенные устройства, даже если сервис предоставляет доверенная «дуальная смарт-карта Рутокен ЭЦП 3.0 с интерфейсом NFC». Все дело в том, что карта – это просто вычислитель, маленькая машина Тьюринга, которая вычисляет все, что угодно, а вовсе не то, что мы от нее ожидаем. Целое – это единство формы и содержания, а машина Тьюринга ничего не знает о содержании, она оперирует с формой, с числами, а не с тем, о чем эти числа. Мы разорвали единство, и получили проблемы.

Смысл и безопасность

Огромная часть успешных хакерских атак связана с нарушением смысла выполняемых операций.

Обычно атака развивается следующим образом:

- S1 - внедряется вредоносное ПО (ВрПО), например, подменяется обработчик прерываний
- S2 - организовывается скрытый канал связи
- S3 - иницируется событие, вызывающее внедренное прерывание
- S4 - подмененный обработчик реализует атаку.

Каждому из этих вредоносных шагов есть меры противодействия, реализуемые известными в технической защите информации средствами. Каждому, кроме одного – а именно, – S3. Покажем это.

Допустим, подменен обработчик прерываний, обрабатывающий деление на ноль. Что бы инициировать атаку, злоумышленник должен инициировать в используемой программе эту ситуацию. Но программу пишут люди, знающие основы компьютерных операций, и тестируют, и проверяют тоже не люди с улицы. Такие ситуации контролируют и компиляторы, и интерпретаторы, и все иные инструментальные средства. Просто так добиться деления на ноль непросто. Но злоумышленнику это не мешает. Ведь в здравом уме никто не добавит к времени, оставшемуся до конца рабочего дня (5 минут, например), нехватку вилок в столовой (-5 штук, например). Семантически неверно ко времени добавлять вилки, интуитивно это ясно всем. Но машина Тьюринга (то есть любая сегодня) эту операцию охотно выполнит. Вот и ноль, на который вполне в этой же логике можно разделить вес помидоров.

Из этого примера ясно, что семантическая определенность данных способна резко, на порядки сократить количество успешных атак.

Как это сделать – в одной из следующих статей.

Заключение

Потеря здравого (физического) смысла – огромная проблема в технической защите информации. И многие задачи, сегодня кажущиеся нерешаемыми, вполне могут быть решены, как только разработчик постарается не просто рекламировать решение, но и анализировать, в каких условиях оно работоспособно. Этому учат в ВУЗах, и не нужно прогуливать уроки.

Прогноз на будущее – рефлексорная интерактивная биометрическая идентификация для доверенной идентификации на недоверенных устройствах, и семантическая интероперабельность как сервис, блокирующий недостатки машины Тьюринга.

ЛОГОС. Задание 3. Композиция

А) Выделите в предложенной речи композиционные части.

Композиция

Утверждение о том, что у каждой речи есть начало, середина и конец – не так анекдотично, как невольно воспринимается на слух. Начало, середина и конец есть вроде бы вообще практически у всего. А если без «практически»? Начало, середина и конец есть у всего, *протяженного* в пространстве или во времени. Но если со временем все буквально и в прямом смысле, то с пространством все немного иначе (например, кот от начала до конца – это от головы до хвоста или от одного бока до другого?). Но нас с Вами, к счастью интересует как раз протяженное во времени, то есть процесс, дело. «Начало – половина дела». «Конец – всему делу венец». Только про середину нет никакой народной мудрости, кажется. Во всяком случае, не вспоминается сразу. Хотя «середина», по большому счету, и занимает основное время. А иногда даже и пространство (и я тут говорю не про середину кота, а про речь, записанную на бумагу). Однако сознанием все три части воспринимаются как равные по значимости и обязательные для всего «полноценного», законченного. Вспомним «без начала – без конца», «начни, пожалуйста, с начала, а не с середины», «не бросай мысль на середине». Казалось бы, возьмем нечто протяженное, например, отрезок (у него нет ширины, и откуда до куда его наблюдать, не ошибемся).

Начало, середина, конец.

Разобьем на два.

Вот опять – начало, середина, конец.

Почему же в случае с речью так не получится? Мы же сразу заметим, если речь с какой-то стороны обрублена. Более того, мы заметим это и в отношении большинства предметов – как во времени, так и в пространстве. Разве что с червяком этот номер пройдет без проблем – каждая новая часть будет червяком. В остальных же случаях – получатся обрубки. И получится это ровно потому, что мы *представляем себе, как выглядит целое.*

И любой текст мы тоже воспринимаем по определенному содержательному клише. И, если он построен иначе, воспринимать его нам будет заведомо сложно.

Для того чтобы то, о чем вы говорите, было воспринято адекватно, необходимо сразу обрисовать, о чем пойдет речь, – а то может так случиться, что вы собираетесь рассказать биографию Нернста, а те, кто вас слушает, ожидают от вас третий закон термодинамики, а биографию пропускают мимо ушей, думая, что речь пойдет дальше не об этом. Чтобы так не получилось, в речи должно быть вступление, в котором ритор примерно очерчивает, о чем пойдет речь. При этом во вступлении тема речи может намеренно сужаться или расширяться, может даже намеренно искажаться – в зависимости от задумки автора. Но, так или иначе, слушателя необходимо сориентировать.

Чтобы после прослушивания речи у аудитории не возникло вопроса «Ну и что?», ритор должен заранее на него ответить в заключении речи, суммировав, подытожив или подтолкнув аудиторию к тем или иным выводам. Заключение может воздействовать на эмоции или содержать какие-то логические выкладки, но оно в любом случае должно быть кратким, потому что в противном случае неизбежно вызовет раздражение.

Так мы приходим к тому, что композиция речи неизбежно трехчастна, ибо только такая композиция делает речь понятной. Делает ли она ее интересной?

Обязательно ли аудитория заинтересуется речью, которая начинается словами «Сегодняшняя лекция будет посвящена аутентификации», особенно если это пятая лекция за день? А если ритор начнет словами «Как вы думаете, если под указом Президента будет стоять моя собственноручная подпись, будет ли такой указ законен? Конечно, но только в том случае, если я – Президент». Такое начало в большинстве случаев обречено на внимание. И такое начало мы будем называть началом в узком смысле слова.

Таким образом, правильно составленная речь обязательно содержит:

1) начало:

а) начало в узком смысле слова,

- б) вступление;
- 2) основную часть;
- 3) заключение.

При этом удачный финал может спасти неудачную речь, и, наоборот, скомканный или неуместный конец может полностью испортить впечатление от блестящего выступления. Начало же, если оно было неудачным, может привести к еще более ужасным последствиям – ощущение неудачного начала может выбить ритора из колеи и тогда взять себя в руки будет очень сложно.

Напугала?

На самом деле, ничего страшного – это напрямую связано с уже знакомыми нам доверием–согласием–присоединением аудитории и с этосом–логосом–пафосом. И то, и другое с композиционным членением на привычные и удобные для мозга части – прекрасно коррелирует. Очень удобно показывать общность позиций и близость аудитории на определении темы и ее актуальности, в основной части сам Бог велел быть убедительным и логичным, добиваясь согласия, а выводы и обобщения – это совершенно естественная площадка для побуждения к присоединению и принятию решений, что без эмоциональной составляющей практически невозможно. Пока запомним это так. А со временем увидим, что может быть и несколько иначе.

Б) Продумайте аргументы для дискуссии по следующей легенде:

Дискуссия рабочей группы по проведению круглого стола по техническим вопросам защиты информации о порядке выступлений: нужны ли на самом деле все композиционные части всегда, или в некоторых случаях без них можно обойтись.

Возможные возражения:

1) Зачем нам специально добиваться доверия, если все участники круглого стола и так коллеги? Тех, кто нам не доверяет или кому мы не доверяем, мы просто не будем приглашать.

- 2) Люди, которые специально пришли на круглый стол в любом случае будут внимательно слушать, иначе зачем они пришли?
- 3) Каждый сам может сделать выводы – не нужно тратить время на заключение.
- 4) Для людей действия достаточно одного заключения – сразу сказать, что нужно делать, – и все.
- 5) Если речь будет просто эффектной, то все будут слушать, затаив дыхание, и никто ничего не возразит.

ОБЩИЕ МЕСТА. Задание 4. Подбор топосов

Подберите топосы на приведенные пары понятий и обозначьте, для развертывания какой темы по защите информации их можно было бы использовать.

Понятия:

- 1) человек и коллектив,
- 2) прекрасное и полезное,
- 3) разум и чувства.

Рекомендации по выполнению:

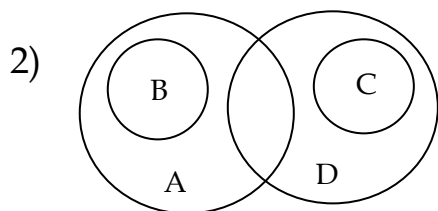
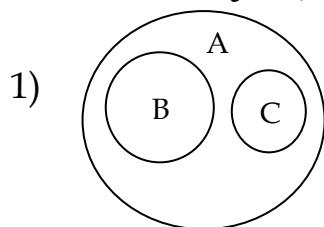
Образец выполнения дан в разделе Ответы и образцы выполнения заданий. Желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать образец.

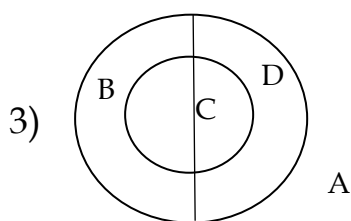
ЛОГИКА. Задание 5. Объемы понятий

А) Нарисуйте схемы соотношения объемов понятий.

- 1) А – хитрость, В – глупость;
- 2) А – труд, В – праздность;
- 3) А – нечто, В – ничто;
- 4) А – свежий, В – несвежий;
- 5) А – свежий, В – тухлый;
- 6) А – стакан, В – пустой стакан, С – стакан с ручкой, D – разбитый стакан;
- 7) А – предприятие, В – коллектив предприятия, С – сотрудник предприятия, D – директор предприятия;
- 8) А – республика, В – федеративная республика, С – Российская Федерация;
- 9) А – мать, В – дочь, С – сестра, D – племянница, E – женщина;
- 10) А – человек, знающий все восточные языки, В – человек, знающий некоторые восточные языки, С – человек, знающий японский или персидский, D – человек, знающий японский и персидский, E – человек, знающий японский;
- 11) А – писатель, В – русский писатель, С – советский писатель, D – Горький, E – русский дореволюционный писатель, F – Пелевин;
- 12) А – деньги, В – бумажные деньги, С – монеты, D – фальшивые деньги, E – деньги, находящиеся в обращении, F – советские деньги.

Б) Подберите понятия, объемы которых соотносятся так, как показано на следующих схемах:





Рекомендации по выполнению:

Ответы даны в разделе Ответы и образцы выполнения заданий. Желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать ответы.

ЛОГИКА. Задание 6. Истинные и ложные суждения

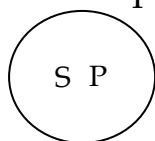
Заполните таблицу истинности/ложности суждений. По вертикали расположены схемы возможных соотношений объемов понятий, выраженных субъектом (S) и предикатом (P) суждений, а по горизонтали расположены типы суждений. Если суждение данного типа с данным соотношением объемов понятий – истинно, ставьте в ячейку таблицы И, если ложно – Л. С помощью подстановки различных суждений с одинаковым соотношением объемов понятий S и P убедитесь, что значения в каждой ячейке таблицы постоянны.

Пример:

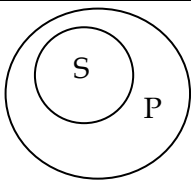
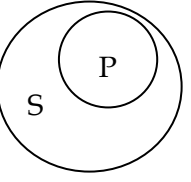
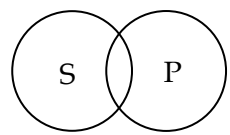
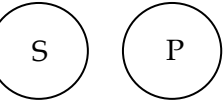
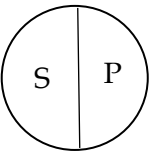
Человек, говорящий правду, отрицает, что он гусь.

S – человек, говорящий правду

P – отрицает, что он гусь



Соотношение объемов понятий	SaP	SiP	SoP	SeP
	Все люди, отрицающие, что они гуси, говорят правду И	Некоторые люди, отрицающие, что они гуси, говорят правду И	Ни один человек, отрицающий, что он гусь, не говорит правду Л	Некоторые люди, отрицающие, что они гуси, не говорят правду Л

ИЗОБРЕТЕНИЕ. Задание 7. Составление схем изобретения

А) Используя предложенные пары понятий, составьте изобретение для речи по защите информации.

Необходимо сформулировать предложение, положение и подобрать к ним топос.

Понятия:

- 1) цель и средства,
- 2) форма и содержание,
- 3) простое и сложное.

Рекомендации по выполнению:

Образец выполнения дан в разделе Ответы и образцы выполнения заданий. Желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать образец.

Б) Составьте изобретение для речи по защите информации на предложенную тему.

Необходимо сформулировать предложение, положение и подобрать к ним топос.

Темы:

- 1) аутсорсинг в защите информации,
- 2) нормативно-правовые аспекты информационной безопасности,
- 3) биометрия в защите информации.

Рекомендации по выполнению:

Образец выполнения дан в разделе Ответы и образцы выполнения заданий. Желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать образец.

ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 8. Регистры языка

Определите, к какому регистру языка (высокому / среднему / простому) относятся приведенные слова, и подберите к ним синонимы, относящиеся к двум остальным регистрам.

Отечество,
Тачка,
Песня,
Лимузин,
Квартира,
Тетка,
Бестолочь,
Сильные мира сего,
Говорить,
Хакнуть.

Рекомендации по выполнению:

Ответы даны в разделе Ответы и образцы выполнения заданий. Желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать ответы.

ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 9. Функциональные стили (ФС) литературного языка

1) Сформулируйте в научном ФС следующую мысль:

Если изменится форма сигнала, то изменится и информационное содержание, а тогда может получиться так, что у информационного взаимодействия будет совсем не тот результат, который был нужен. Потому мы и говорим, что, для того чтобы информационное взаимодействие в технических системах прошло как надо, нужно сохранить форму сигнала.

2) Сформулируйте в обиходно-разговорном ФС следующую мысль:

Действующим агентом здесь является собственно документ как совокупность сведений, а феноменом информационного взаимодействия выступает осведомление как процесс, реализуемый в системах различных типов.

3) Сформулируйте в публицистическом ФС следующую мысль:

Для того чтобы документ исполнял роль сообщения о факте (служил информационным фактом), необходимо обеспечить его предъявление и демонстрацию по произвольному требованию сектора действительности.

4) Сформулируйте в официально-деловом ФС следующую мысль:

Надо отдать дом и сарай человека, который уехал из страны, его детям, если он за полгода не объявит о том, что хочет их как-то использовать, потому что так выходит по закону о том, как что-то передать или получить в России по наследству.

5) Сформулируйте в обиходно-разговорном ФС следующую мысль:

Суть терминальной сессии осталась прежней: хранение и обработка данных происходят на сервере, пользователю передаются изменения изображения на экране, от пользователя на сервер передаются нажатия клавиш и манипуляции с мышью.

6) Сформулируйте в научном ФС следующую мысль:

Главное, что плохо в специализированных терминальных клиентах – в смысле того, как построить для них систему защиты информации, – это то, что в них никак не установишь аппаратный модуль доверенной загрузки (АМДЗ), потому что там и шин таких нет и просто напросто он по размеру туда не поместится.

7) Сформулируйте в публицистическом ФС следующую мысль:

Нет ничего удивительного в наличии ошибок в программном обеспечении. Количество ошибок, как правило, пропорционально размеру системы. На стыке же различных подсистем, где и была обнаружена данная ошибка, наличие ошибки легко предсказуемо.

8) Сформулируйте в официально-деловом ФС следующую мысль:

Контролирует то, как сертифицированная продукция маркируется знаками соответствия, и проводит инспекционный контроль того, насколько эта продукция соответствует требованиям руководящих документов, которые указаны в этом сертификате, – испытательная лаборатория У.

Рекомендации по выполнению:

Ответы даны в разделе Ответы и образцы выполнения заданий. Желательно сначала составить собственный вариант и только потом читать ответы.

ДЕЙСТВИЕ. Упражнения на дикцию, дыхание и голос

Упражнение 1.

Читайте текст, стараясь распределять дыхание таким образом, чтобы одного выдоха хватало на всю строку. Дыхание добирайте только в конце строчки. Старайтесь читать осмысленно и с выражением.

ПРАВИЛА ЧТЕНИЯ

Твердо запомни, что, прежде чем слово начать в упражнении,
Следует клетку грудную расширить слегка и при этом
Низ живота подобрать для опоры дыханию и звуку.
Плечи во время дыхания должны быть в покое, недвижны.
Каждую строчку стихов говори на одном выдыхании.
И последи, чтобы грудь не сжималась в течение речи,
Так как при выдохе движется только одна диафрагма.
Чтение окончив строки, не спеши с переходом к дальнейшей:
Выдержи паузу краткую в темпе стиха, в то же время
Воздух сдержи на мгновение, затем уже чтение продолжи.
Чутко следи, чтобы каждое слово услышано было:
Помни о дикции ясной и чистой на звуках согласных;
Рот не ленись открывать, чтоб для голоса путь был свободен;
Голоса звук не глуши придыхательным тусклым оттенком –
Голос и в тихом звучании должен хранить металличность.
Прежде чем брать упражнения на темп, высоту и на громкость,
Нужно внимание направить на ровность, устойчивость звука:
Пристально слушать, чтоб голос нигде не дрожал, не качался,
Выдох води экономно – с расчетом на целую строчку.
Собранность,

звонкость,

полетность,

устойчивость,

медленность,

плавность –

Вот что внимательным слухом сначала ищи в упражнении.

Упражнение 2.

Читайте стихотворение вслух, постепенно понижая голос. За первые восемь строк необходимо опустить голос до грудного регистра, а последние шесть строк должны прозвучать в грудном регистре полностью. При чтении можно помогать себе, «дирижируя» руками.

«АКВАЛАНГИСТ»

Чтоб овладеть грудным регистром,
Я становлюсь аквалангистом.
Сейчас начну я опускаться.
Мой голос будет отражаться
И в резонаторе грудном
И непременно в головном.
Все

ниже

опускаюсь!

Ниже!

А дно морское ближе...

ближе...

И вот уж в царстве я подводном!
Хоть погрузился глубоко,
Но голосом грудным, свободным
Распоряжаюсь я легко.
Чтоб овладеть грудным регистром,
Полезно стать «аквалангистом».

Упражнение 3.

Прочитайте стихотворение В. Брюсова, добиваясь ясного и выразительного звучания; обратите внимание на свою дикцию, дыхание, интонацию.

БУРЯ С БЕРЕГА

Перекидываемые, опрокидываемые,
Разозлились, разбесились белоусые угри.
Вниз отбрасываемые, кверху вскидываемые,
Расплетались и сплетались от зари до зари.
Змеи вздрагивающие, змеи взвизгивающие,
Что за пляску, что за сказку вы затеяли во мгле?
Мглами взвихриваемыми путь забрызгивающие,
Вы закрыли, заслонили все фарватеры к земле.
Тьмами всасывающими опоясываемые,
Заметались затерялись в океане корабли,
С неудерживаемостью перебрасываемые,
Водозмеи, огнезмеи их в пучину завлекли.
Чем обманываете вы? Не стремительностями ли
Изгибаний, извиваний длинновытянутых тел?
И заласкиваете вы не медлительностями ли
Ласк пьянящих, уводящих в неизведанный предел?

Упражнение 4.

Медленно, отчетливо выговаривая каждый звук, прочитайте скороговорки; затем повторите несколько раз, увеличивая темп речи.

- 1) Бык тупогуб, тупогубенький бычок; у быка бела губа была тупа.
- 2) Полпогреба репы, полколпака гороху.
- 3) Инцидент с интендантом.
- 4) Полили ли лилию, видели ли Лидию?
- 5) Попытка не пытка (3 раза).
- 6) Ткет ткач ткани на платки Тане.

- 7) Шагал шакал с кошелкой, нашел кушак из шелка.
- 8) Шакал шагал, шакал скакал.
- 9) Купи кипку пик. Пик кипу купи.
- 10) Либретто «Риголетто» (3 раза).
- 11) Около кола колокола.
- 12) Чешуйки у щучки, щетинки у чушки.
- 13) Тетя чуть чего – Тютчева читает.
- 14) Сыворотка из-под простокваши.
- 15) Клара – краля кралась к ларю.
- 16) Шла Саша по шоссе и сосала сушку.
- 17) Тридцать три корабля лавировали-лавировали, да не вылавировали.
- 18) Дробью по перепелам да по тетеревам.
- 19) Хохлатые хохотушки хохотом хохотали.
- 20) Карл у Клары украл кораллы, а Клара у Карла украла кларнет.
- 21) Осип осип, Архип охрип. Архип осип, Осип охрип.
- 22) Рапортовал, да не дорапортовал. Дорапортовывал, да зарапортовался.
- 23) Расскажи мне про покупки! – Про какие про покупки? – Про покупки, про покупки, про покупочки свои!
- 24) Сшит колпак не по-колпаковски, вылит колокол не по-колоколовски.
- 25) Мама мыла Милу с мылом.
- 26) Крыса в риге грызла рис.
- 27) Стоит поп на копне, колпак – на попе, копна – под попом, поп – под колпаком.
- 28) Король – орел, орел – король (3 раза).
- 29) Пойду к Лавру, про Фрола Лавру навру.
- 30) Орел на горе, перо на орле. Гора под орлом, орел под пером.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОТВЕТЫ И ОБРАЗЦЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ

ЭТОС. Задание 1. Образец выполнения

А) специальность – прикладная риторика

Прикладная риторика 1. ОДНОКЛАССНИКИ

Я думаю, никогда никто не сомневался, что если есть такая работа, чтобы только говорить, – то я ее найду. Нашла. Преподаю риторiku. В общем-то, это далеко не единственное, что я делаю, но расскажу именно про это, потому что очень занятно.

Анализируя, как же так получилось, что все-таки я стала этим заниматься, прихожу все-таки к выводу, что из чистого альтруизма и человеколюбия. Хотя мой собственный учитель риторики в университете говорил, что я все равно буду преподавать, даже если буду при этом работать в банке, – такая уж я преподавательская. Но все-таки – почему именно риторiku?

Говорят, что каждый человек уверен в том, что разбирается в музыке, политике и воспитании детей. А уж в том, что умеет говорить, – уверен даже почти каждый ребенок. Однако когда доходит до дела... Ну, в общем, грустно мне слушать наших сограждан. Даже если не говорить о форме – про все «вот», ммм, эээ и прочее. Меня искренне травмирует, когда главный милиционер страны перечисляет следующие «приметы» преступника: среднего роста, русский, на вид лет 35, одет в спортивную куртку... в руках – автомат. Вспоминается Штирлиц, которого что-то определенно отличало от горожан – то ли военная выправка, то ли волочащийся сзади парашют.

Так что учу говорить я из чистого альтруизма. Потому что хочу, чтобы мир стал лучше.

А мир, кстати, совсем не против стать лучше – почти каждый, кто узнает о моей специальности, сразу говорит примерно следующее: «Ух ты, здорово! А у меня знаешь, какая проблема?» Ну, в конце концов, чем я хуже психоаналитика или венеролога?

А то, чему я учу, – довольно интересно, на самом деле. Я учу, в первую очередь, пониманию того, что в процессе подготовки и

произнесения речи – все очень логично и стройно. Да, талант – это важно. Но удачная речь – не счастливый случай и не озарение свыше, как и любая другая хорошо сделанная вещь, – это результат осознанной и осмысленной работы. А от хорошего результата своей работы нормальные люди получают удовольствие.

Так что, в общем-то, – я учу получать удовольствие. Что может быть человеколюбивее-то? Разве что – психоанализ... Ну, или венерология, конечно.

Прикладная риторика 2. УЧЕНИКИ 8-х КЛАССОВ

Знаете, когда я к вам сегодня собиралась, и думала, что же мне надеть, мне пришло в голову с вами обсудить вот какой вопрос – хорошо или плохо, когда нас встречают по одежке? Как вы полагаете, от чего зависит наше отношение к человеку? Конечно, от того, какой он человек, да? Уж мы-то с вами по одежке не встречаем, неправда ли? Тогда почему так часто мы, понимая, что он или она и хороший, и умный, и добрый, и честный, все-таки не можем изменить к этому человеку отношение, возникшее как-то сразу, всего лишь из-за того, что говорит он слишком тихо, слишком медленно или произнося «шо» и «звОнит»?

А вы замечали, что, желая охарактеризовать человека, чем-то нам не угодившего, мы очень часто стараемся скопировать, представив в смешном и неприглядном свете, его манеру держаться и говорить? Рассказываем возмущенно: «Стоит такая, э – э – э... двух слов связать не может» или «А она и говорит: да-а у нас этих опера-аторов – как собак нерезанных...». А ведь, казалось бы, что в этом такого? Ведь важно не КАК говоришь, а ЧТО. Ведь главное – какой ты человек, что у тебя внутри, а не то, что ты стоишь, ковыряя носком ботинка в полу. Так?

А долго мы будем слушать разумное-доброе-вечное, если тот, кто его сеет, будет при этом крутить пальцы, кусать ногти и затравленно поглядывать на потолок? Слушать того, кто говорит, в общем-то, дельные вещи, но страшно при этом спешит, или вовсе половину слов каких-то непонятных использует, можно только под страхом ремня или контрольной.

А учителям какое мучение вас слушать, когда вы ноги заплетете, обе руки в рот засунете и демонстрируете блестящее знание материала

в час по чайной ложке и абсолютно неразборчиво! И приходится это слушать.

Когда я училась риторике, мой учитель говорил, что для того, чтобы состоялась речь, необходим только ритор. А аудитория соберется. Мы часто сталкиваемся с этим на бытовом уровне: есть люди, которых слушаешь, даже если они просто о пустяках говорят, – оторваться невозможно. Я не имею в виду в данном случае любимых и начальников. Но я могу привести вам другой пример, как ритор сделал аудиторию. У меня есть знакомый совсем молодой монах. Когда ему было около тридцати лет, он был отправлен настоятелем в православный храм в Париже, прежний настоятель из которого был возвращен в Москву по каким-то делам. Когда он приехал туда, в храм не ходил ни один человек, он служил просто в пустой церкви. Но прошло полгода, и у него сложился довольно большой и устойчивый круг прихожан, приходили и люди из совершенно других районов Парижа. И служил он уже в двух храмах. А казалось бы, священник ведь заключен в довольно строгие рамки, как там особенно проявить способности?

Вы знаете, как вернуть утраченное внимание аудитории? Вы знаете, как расположить аргументы, чтобы они звучали убедительно? Вы хотите, чтобы вас слушали молча? Вы хотите говорить так, чтобы аудитория чувствовала то, что ВЫ хотите?

Давайте учиться говорить так, чтобы всем хотелось слушать и запоминать. И еще – делать выводы из того, что слышали.

Потому что слово – это дело. Подумайте о том, как важно говорить с людьми – так, как это делают учителя, так, как это делают проповедники, так, как это делают те, за кем потом идут люди. Речь – это очень сильный инструмент, и, если мы все еще чувствуем свою ответственность за все, что происходит, как всегда ее чувствовала русская интеллигенция, мы должны держать этот инструмент в своих руках, потому что в чужих он может быть опасен. Конечно, очень важно делать, а не только говорить. Но разве лучше просто самому поступить правильно, чем заставить осознанно поступить правильно многих людей? Поэтому если нам ЕСТЬ ЧТО СКАЗАТЬ, то сказать это мы должны так, чтобы нас услышали, и, может быть, кому-то это поможет поступить достойно.

В Древнем Риме понятие гражданин определялось так: достойный муж, готовый к речи. Если и мы будем понимать это слово так, а не как обращение следователя к обвиняемому, то все у нас получится. В любой одежде.

Прикладная риторика 3. ПЕДСОВЕТ

Коллеги, я сразу хочу сказать, что далека от намерения использовать аргументы вроде того, что риторика всегда входила в набор дисциплин, определяющий классическое образование и т. п. Да, такие аргументы, возможно, хороши для каких-то других целей, но, думаю, не в данном случае. Я понимаю нашу с вами задачу так, что необходимо не просто решить, хорош ли мой курс, а нужен ли он настолько, чтобы, во-первых, потратить на него часы, которых у нас конечное количество, и, во-вторых, увеличить и без того немаленькую нагрузку на учащихся введением еще одного предмета.

Мне кажется, что да, стоит. И я попробую коротко изложить, почему я так думаю.

В первую очередь, я глубоко убеждена, и мне кажется, что вы согласитесь со мной в том, что практический курс – обучающий умению, а не только дающий знание – почти никогда не бывает лишним. Потому что наша система образования, даже сейчас еще считающаяся очень сильной на мировой арене, сильна именно теорией. Мы выращиваем детей, очень много знающих, но почти ничего не умеющих. Хорошо, если они научатся что-то уметь – в ВУЗе, но ведь ВУЗу для этого надо сломить привычку, выращенную школой: поглощать знания, учить ответы на вопросы, наращивать эрудицию – и ничего из этого не применять на практике.

Это заметно даже и в школе: как часто мы сталкиваемся с тем, что ученик все знает, но сказать не может? Он не может даже показать те знания, которые у него явно есть. И тогда учитель вынужден брать на себя несвойственную – например, для учителя физики – роль и как-то пытаться учить отличника говорить вслух то, что он знает в уме. Вы все уделяете этой проблеме существенную часть времени и именно поэтому имеете в итоге хорошие результаты.

Я думаю, мой курс мог бы вас избавить от этой нагрузки и освободить время и силы для преподавания основных предметов.

Мы с вами также прекрасно знаем, что практические курсы нравятся детям и воспринимаются с известным энтузиазмом. Поэтому, несмотря на увеличение нагрузки, они редко вызывают снижение успеваемости и работоспособности. Это тем более ярко выражено на примере моего предмета потому, что говорить, как они полагают, они все прекрасно умеют. Когда вдруг выясняется, что далеко не все и далеко не прекрасно, – это вызывает закономерное желание «взять препятствие». Отношение к речи как к делу, а не как к баловству или некоему естественному физиологическому выбросу развивает в детях не только мотивацию к анализу в новой, непривычной для них сфере, но и позволяет нам реализовать воспитательный аспект нашего общения с ними ненавязчиво и очень продуктивно.

Мы все знаем, как важно для учеников говорить с учителями. Думаю, многие согласятся со мной, что больше всего мы сами получили от своих учителей именно в ходе серьезных и важных для обеих сторон разговоров. В этих разговорах – в походах, на классных часах, в кабинете директора – мы учились говорить и слышать, учились быть взрослыми и уважать взрослых за их позицию, а не статус. Мне кажется, что, если отвести для этого один урок в неделю, – выиграем мы все.

Б) специальность – защита информации.

Защита информации 1. ОДНОКЛАССНИКИ

Вопрос о том, чем я занимаюсь, меня приводит в некоторый ступор с тех пор, как на конференции по своей так называемой основной специальности – историческому языкознанию – на этот вопрос я автоматически ответила «защитой информации». Эффект, произведенный на пожилую филологиню из Беларуси, был великолепен – Гоголь с его немой сценой в гробу перевернулся. Теперь стараюсь долго думать, кто мне задает этот вопрос и почему.

Но так и это правда – занимаюсь защитой информации, и меня это даже уже почти не удивляет. Поскольку я пришла к этому довольно-таки витиеватым путем – защитив диссертацию по лингвистике, то прошу засчитать это за результат осознанного выбора.

Пожалуй, для меня самый большой плюс этой сферы в том, что она сочетает в себе очень сильную и красивую научную базу – с красивой

математикой и определениями, которые я так люблю (Боже мой! мало что я люблю больше, чем классно сделанные определения), и вот все это сочестается с совершенно понятной практической и, более того, социальной ценностью. То есть я удовлетворяю сразу и потребность в чистой науке, и потребность в публике, замороженно слушающей рецепт счастья и процветания.

Мне даже кошмары снятся весьма характерные: про криптопровайдер, например. Вот вы себе представляете криптопровайдер? Это покруче, чем приснившийся однажды моему папе синус.

Вообще, лучше всего, если хотите увидеть меня в моей новой естественной среде обитания, приходите на выставку, а то вот просто так взять и рассказать вам про аппаратную защиту от несанкционированного доступа к компьютерам и информации было бы несколько слишком театрально. Приходите, с удовольствием расскажу вам все и покажу свои любимые железки.

Защита информации 2. УЧЕНИКИ 8-х КЛАССОВ

Часто люди боятся компьютера, потому что плохо представляют, чего от него ожидать, ведь как, это все в нем работает, в общем, малопонятно. Легче смириться с тем, что самолет летает, хотя крыльями не машет. Однако опыт показывает, что, когда знаешь, «как это все в нем работает», становится еще страшнее. Именно потому, что становится совершенно понятно, чего от него можно ожидать.

Нам всегда говорят: «Компьютер – это только инструмент». И это должно успокоить и вселить уверенность. Вселило бы, если бы были основания считать, что это инструмент **ИМЕННО В ВАШИХ РУКАХ**.

Именно для того, чтобы получить эту уверенность, люди и пытаются принимать какие-то меры по защите информации.

Когда мы ставим на дверь какой-то замок – мы это делаем не для того, чтобы защитить саму дверь. Скорее, мы хотим быть уверенными, что теперь в нее не войдет никто, кроме тех, кому мы сами разрешили и дали для этого ключи.

И для этого есть целый ряд вполне понятных мотивов. Мы не хотим, чтобы унесли наши вещи, даже если в принципе, они не безумно дороги. Мы не хотим, чтобы кто-то нашел под подушкой

фотографию новенького из параллельного класса. Мы знаем, что, получив информацию о нас, на нас можно воздействовать, и не хотим, чтобы кто-то влез в нашу частную жизнь без приглашения.

Однако, согласитесь, одно дело – фотография мальчика и личный дневник, а другое – бизнес, стоящий существенно больше собственно компьютера и услуг по набору документов. Хотя ведь и то, и другое – безумно важно, правда? А в каком же смысле тогда «одно дело» и «другое дело»?

Как-то сразу хочется ляпнуть, что бизнес стоит дороже, чем фотография, да? Ой, а знаете, вот у меня бизнеса нет, а фотография – есть, и мне кажется, что ничего дороже ее просто в принципе быть не может! Что же тогда?

Я вам подскажу. Разница действительно в цене. Как принято говорить – в цене вопроса. Но не в том смысле, насколько дорога наша информация *нам*, а насколько она потенциально дорога *злоумышленнику*, сколько сил и средств он готов потратить на то, чтобы завладеть моей фотографией или вашим будущим бизнесом.

Для разных задач нам нужен разный уровень защиты: для чего-то – щеколда, для чего-то – кодовый замок. Очень важно понимать, в каком случае – что. Я вам расскажу – это довольно интересно.

А еще задумайтесь вот о чем: для того, чтобы знать, что в помещение без вас никто не проник, не достаточно видеть замок, который выглядит невзломанным, правда? Для того, чтобы быть уверенным, надо еще убедиться, что *ничего не изменилось*. Помните, в детективах умные сыщики привязывают волосы, рассыпают пыль и делают еще много разных странных вещей, которые потом оказываются очень кстати?

В области защиты информации тоже есть такие приемы – только менее кустарные, но от этого еще более впечатляющие.

Я расскажу вам о том, что бывает, и почему. Чтобы вы, как минимум, знали, чего действительно стоит бояться и что сделать, чтобы можно было не бояться. А кто-то из вас, может быть, даже захочет сделать это своей профессией. Это мне будет особенно приятно, и я сделаю все возможное, чтобы помочь советом и полезными сведениями, потому что я представляю компанию, которая на этом рынке в России уже более 30 лет – и все эти годы – в авангарде и на передовой.

Защита информации 3. ПЕДСОВЕТ

Часто люди боятся компьютера, потому что плохо представляют, чего от него ожидать, ведь, как это все в нем работает, в общем, малопонятно. Легче смириться с тем, что самолет летает, хотя крыльями не машет. Однако опыт показывает, что, когда знаешь, «как это все в нем работает», становится еще страшнее. Именно потому, что становится совершенно понятно, чего от него можно ожидать. Мариэтта Шагинян еще в 50-е годы прошлого века сформулировала эту проблему так: «Вычислительные машины могут все. Задача человека заставить их делать только то, что ему нужно». Нам всегда говорят: «Компьютер – это только инструмент». И это должно успокоить и вселить уверенность. Вселило бы, если бы были основания считать, что это инструмент – **ИМЕННО В ВАШИХ РУКАХ**.

Когда я только собиралась представлять вам на рассмотрение курс «Защита информации», мне невольно вспомнилось одно юмористическое выступление, посвященное теме «У нас так много общего», в котором комедиант спрашивал зал: «У кого-нибудь мама научилась нормально пользоваться мобильником?» Да, наверное, в области разного рода технических новинок мы можем научиться заведомо меньшему, чем наши дети. Но мы должны хорошо помнить, что, несмотря на свои поражающие нас иногда навыки пользоваться техникой так, как нам и не снилось, они все равно дети, а мы – взрослые, которые должны оградить их от опасностей. А для этого мы должны научить их видеть опасность. Видеть ее там, где она неочевидна сразу. Компьютерный злоумышленник редко носит шапочку с прорезями для глаз и окровавленный нож, его появление не связано с обстоятельствами, которые побуждают нас быть особенно внимательными – типа темного переулка, брошенной стройки или банкомата в людном месте.

Я начала с того, что люди часто боятся компьютера. Я упустила один не менее, а даже, наверное, более важный момент. Люди часто компьютеру доверяют. Доверяют очень многое. И, чтобы в этом доверии был залог их успешности, а не роста количества успешных атак на их данные, мы должны научить их тому, как сделать свой компьютер *только своим* инструментом.

Мой курс сориентирован в основном именно на это – на то, чтобы объяснить, для чего нужно вообще защищать информацию, и на то, чтобы различать, *как* информацию защитить действительно *можно*, а как – *нельзя*. Как узнать, правда ли та или иная защита действенна, или только кажется таковой. Чем и в каком случае следует пожертвовать в пользу защищенности, а чем не надо. Я попробую на простых и понятных примерах научить понимать, что скрывается за сложными и наукообразными формулировками в технических описаниях и рекламных проспектах. Возможно, кому-то этот курс поможет определиться с профориентацией, но я себе не ставлю этой задачи. Мне кажется, что главная цель моего курса – помочь детям обнаружить новую для них и очень интересную область знаний, которая позволит им видеть современный мир более комплексно и чувствовать себя в нем уверенно.

Мы стараемся подготовить детей к физическим нагрузкам на физкультуре, к опасностям современной ежедневной действительности – на основах безопасности жизнедеятельности. Дать представления о защите информации – это еще одна возможность оградить и уберечь их от возможных неприятностей.

ПАФОС. Анализ текста на предмет пафоса. Образец выполнения

№	Фрагмент текста	Комментарий о пафосе
1	<i>В. А. Конявский</i>	Автор указан без «регалий», это сделано для того, чтобы выразить «не нуждается в представлении», нисходящий пафос, апеллирует к релятивизму. Надо заметить, что такое действие это окажет на аудиторию, на самом деле не знакомую с автором, а для аудитории, знакомой с ним – это сработает как восходящий пафос, апеллирующий к уважению.
Однако, так работает, разумеется, не любая фамилия, а «с репутацией», и специально подбором нужной фамилии пафос создать можно только в специфических условиях (когда можно выбирать фамилию – допустим, при расстановке порядка выступлений, при выборе докладчика или автора редакционной статьи и так далее. С помощью <i>своей</i> фамилии создавать нужных пафос не нужно пытаться).		
2	ЗАЩИТИМ САМОЕ ДОРОГОЕ	Для незнакомой с автором аудитории такое название создает восходящий пафос, апеллируя к ответственности. Для знакомой – это звучит как каламбур (самое дорогое для кого-то и самое дорогое по стоимости) и формирует нисходящих пафос (прагматизм).
Этот момент стоит учитывать – знакомая и незнакомая с ритором (или с образом ратора) аудитория может реагировать по-разному, и ритору нужно просчитывать воздействие на обе. Если какой-то фрагмент на одну из них может оказать нежелательное для ратора действие – не использовать пафос в этом месте.		

3	Как-то захотелось собрать в одном месте описания самых напумевших компьютерных преступлений. <i>И вот уже написали мы два толстенных тома, а впереди маячит еще и третий. Ни конца ни края.</i> Но даже в этой массе есть те, которые выделяются. Вот несколько примеров из последних. ОШИБКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ <i>Один уважаемый человек взял да и перевел с одного своего счета в «Альфа-банке» небольшую сумму денег на другой свой счет в этом же банке. В результате на его счете оказалось ни много ни мало 20 000 000 рублей. Комментариев нет.</i>	Нисходящий пафос, вызывает критицизм – стремление критиковать, выражать недовольство. Создается пафос саркастической подачей.
4	<i>Вот вопросы, которые возникли на фоне инцидента.</i> 1. Как это могло произойти? 2. Причина – человек или техника 3. Можно ли считать приемлемым уровень информационной безопасности для вкладчиков банка? 4. Вероятны ли рецидивы? 5. Что делать?	Восходящий пафос, апеллирует к трезвости ума: «у Вас должны были возникнуть эти вопросы, если Вы извлекаете уроки из событий».
5	Попробую ответить. Ну что же удивительного в том, что в программном обеспечении встречаются ошибки?! Большая система – много ошибок. Вот нашли еще одну, причем в совершенно предсказуемом месте – на стыке двух различных подсистем. «Любая программа содержит как минимум одну ошибку» – гласит программистская мудрость, и уж тем более ошибка есть на стыке программных систем. Оттестировали одну подсистему,	Нисходящий пафос, апеллирует к здравому смыслу – «это элементарно, Ватсон».

	оттестировали вторую, а на ком же ответственность за их взаимодействие? Вот и оказалось у семи нянек дитя без глаза.	
6	Конечно, не было «жучка», думаю, никто специально не устанавливал закладку, и уж точно не делал этого Петр Авен – нет смысла у себя воровать. Так что почти наверняка сработал технический фактор. И в первую очередь – можно уверенно диагностировать отсутствие сквозного контроля целостности и достоверности электронных платежных документов, хотя такая система на основе защитных кодов аутентификации разработана давно и давно с успехом используется в банках, уважающих клиента. С такой же долей уверенности можно сказать, что используются незащищенные от информационных атак банкоматы – здесь не мешало бы ознакомиться с опытом Сбербанка. И так далее. Можно долго продолжать.	Восходящий пафос, апеллирует к трезвости ума и ответственности – акцент аккуратно смещается с «ответ на самом видном месте» (здравый смысл) к «не ищите заговор, думайте сами» (трезвость ума), и оттуда, уже из восходящего пафоса – на ответственность «всех этих объяснимых проблем можно избежать, если делать хорошо, и не делать плохо».
7	Я когда-то пытался освоить «зоопарк» средств защиты, предлагаемый «Альфа-банком» для управления счетом через Интернет – и понял, что моего образования для этого не хватит. Думаю, у многих других тоже. Вывод – пользователи будут отключать средства защиты, создавая тем самым новые угрозы и себе, и другим. Так и будет, если стремиться не обеспечить дружелюбность для пользователя, а лишь формально выполнить формальные требования. А вот рецидивы не только вероятны, но и будут. Нельзя избавиться от случайностей,	Нисходящий пафос, вызывает критицизм (саркастическая подача)

	можно лишь сократить количество таких инцидентов.	
8	Что же делать? <i>Это самый понятный вопрос.</i> Во-первых, провести аудит системы защиты информации и устранить дыры. Во-вторых – провести сертификацию банковской информационной системы по функциональным параметрам. В третьих (возможно, это главное), застраховать информационные риски, возникающие при использовании банковских инфокоммуникаций. Как все это сделать – можно узнать в Росинформтехнологии.	Снова восходящий пафос – через трезвость ума («думайте сами» - выделенная фраза) к ответственности («сделать хорошо – вполне реально» - перечислены «три простые шага»).
Фрагмент завершен на позитивной эмоции – есть вполне реальные шаги, которые можно предпринять, если относиться к делу ответственно.		
9	УТЕЧКА БАЗ ДАННЫХ <i>Какие только базы не воровали!</i> Налоговые, телефонные, ГИБДД, таможенные, Пенсионного фонда, операторов мобильной связи, Центрального банка, etc. Кто-то проводил расследование и устранял причины. Кто-то списывал на смежников, <i>кто-то вообще отказывался – не мои базы, и все!</i> <i>И вот новая беда</i> – украдены базы, содержащие сведения о заемщиках банков. Попали те, кто брал потребительские кредиты. <i>И украденные базы предлагают купить банкам же!</i> Как они были украдены? Откуда? Опасно ли это? В развернувшейся полемике обратил на себя внимание тон, прозвучавший в заявлениях ряда банковских структур – «Не настоящая это база. Мы проверили – есть там фальшивые записи». <i>Так и</i>	Нисходящий пафос, вызывает критицизм (саркастическая подача)

	<i>хочется продолжить – а жаль. Была бы настоящей – купили бы!</i> Да и не только банки купили бы. И не только эти базы.	
10	Вот и первая проблема – не стыдно купить краденое.	Восходящий пафос, апеллирует к совести. Купить краденое – стыдно.
11	Еще пример из жизни. Однажды по моей просьбе мои сотрудники за меня заполнили бланк договора на предоставление услуг цифрового телевидения. Указали персональные данные мои, а вот адрес – моих родственников, сделав резонное предположение, что живем мы вместе. <i>И вот с тех пор на мое имя по не моему адресу регулярно от различных мошенников приходят груды рекламного мусора и приглашений немедленно обогатиться.</i> Так как этот адрес никогда и нигде более в ассоциации со мной не использовался, можно весьма обоснованно предположить, что <i>не только телевидением занимается уважаемая организация, но еще и приторговывает персональными данными своих клиентов.</i>	Нисходящий пафос, вызывает критицизм (саркастическая подача)
12	Это вторая сторона той же проблема – продавать тебе не принадлежащее тоже не стыдно.	Восходящий пафос, апеллирует к совести. Продавать чужое – стыдно.
13	Стремление обогатиться на чужой информации интуитивно понятна – затрат никаких, значит, норма прибыли колоссальна, намного больше 300 процентов, при которых, по Ленину, можно идти на любое преступление. Но почему же <i>так многие</i> позволяют себе	Нисходящий пафос, вызывает критицизм (саркастическая подача), и через него – гнев. Но затем снова выход в критицизм, так как гнев – эмоция деструктивная, ее желательно использовать очень дозированно.

	преступать закон, продавая/покупая краденое? Видимо, не чувствуют неотвратимости наказания. Это вторая проблема – слабость нормативного правового регулирования проблемы персональных данных. Закон наконец-то принят, но он далеко не совершенен, а уж говорить о правоприменительной практике и вовсе смешно (или грустно?). Хотя, может, и украли. Кто – да те же хакеры. Кажется, в информационном пространстве за ними устойчиво закреплена роль евреев в экономике – зачем думать, ясно, кто виноват.	
14	А подумать не мешает – ведь даже при неполной, очень фрагментарной защите украсть информацию, не оставив следов – невозможно.	Восходящий пафос, трезвость ума – «думайте сами»
15	Значит, не защищали совершенно. А почему? Хотели, чтобы украли, а следов не осталось? Вполне возможно. А вот здесь формулируется третья проблема – не слабость, а полное отсутствие технической защиты.	Нисходящий пафос, вызывает критицизм (любопытно, что если бы не было подводки через трезвость ума (совсем не было бы вставки восходящего пафоса, или была, но с апелляцией к совести, например) – практически без изменения текста можно было бы вызывать гнев, а не критицизм)
16	Итак, проблемы три – ментальная, правовая и техническая. Любую из них без двух других решать бессмысленно. Все три нужно решать. Образованием, воспитанием и убеждением – ментальную проблему, чтобы краденым торговать	Восходящий пафос, апеллирует к чувству ответственности.

	стыдно было. Разработкой правовых актов, их принятием и обеспечением исполнения вплоть до лишения лицензий и уголовного преследования – правовой аспект. И, конечно, технический. Для начала – запретом использовать компьютерные средства для обработки персональных данных, если компьютеры не обеспечены техническими средствами защиты и система не аттестована. Заставлять надо. А свобода будет возможна тогда, когда необходимость обеспечивать защищенность персональных данных будет осознана и банками, и бюро кредитных историй, и страховыми компаниями, и телевизионщиками, и обществом в целом.	
17	Жаль только, жить в эту пору прекрасную ...	Нисходящий пафос, критицизм, сарказм.
Закончить раздел на таком длительном фрагменте восходящего пафоса – опасно, резкое снижение сарказмом его сбивает до приемлемого уровня.		
18	ПРОБЛЕМА АВТОРСКИХ ПРАВ <i>С этим вообще интересно.</i> Авторы получают свои гонорары двумя путями. Первый – продав по договору имущественные права третьему лицу. Для покупателя – это дорого. Второй путь – это взаимодействие с организацией по коллективному управлению авторскими правами. Это дешево для покупателя, и при этом устраивает автора (исполнителя) – он получает свой гонорар в полном объеме. И удобно – можно купить диск любимого исполнителя, не заключая с ним договора. Почему же так? Не получается	Нисходящий пафос, здравый смысл (оптимально ли организовано?), но! – выход на этот пафос через любопытство (выделенная фраза). Это связано с тем, что уже было длинное чтение, внимание притупляется, а тут нужно вникнуть и испытать какие-то эмоции. Здравый смысл – не такая яркая эмоция, она требует обдумывания, это энергозатратно, нужен импульс. И вот

	ли, что в первом случае мы платим не исполнителю, а огромной армии посредников? Кажется, что именно так и получается. Хотя права и называются «авторскими», деньги мы платим вовсе не авторам.	любопытство, как раз дает этот импульс.
19	В историческом смысле тенденция очевидна – Интернет вытеснит (в основном) с рынка музыку на носителях. Так стоит ли самому себе удорожать жизнь? Зачем мне платить неизвестным мне компаниям за изготовление диска, которым я не пользуюсь? И потом – если мне за разные деньги предлагают одну и ту же услугу, то, видимо, логично выбрать того продавца, который продает дешевле. Разве не так? А вот называть пиратами поставщиков услуг, ведущих деятельность на основе взаимодействия с организациями по коллективному управлению авторскими правами – не кажется обоснованным, ведь авторские отчисления осуществляются.	Восходящий пафос, трезвость ума – «думайте сами, не следуйте за ярлыками»
20	Не так давно мы разработали весьма надежную, на наш взгляд, систему защиты оптических дисков от несанкционированного воспроизведения. Пока индустрией звукозаписи она не востребована. <i>Видимо, ее задача не в защите прав авторов, а в защите своих прибылей. Но в этом случае так и нужно говорить – все на защиту прибылей индустрии звукозаписи. Только при чем тут авторы? <...></i>	Нисходящий пафос, критицизм, сарказм.
(Целиком статья опубликована в журнале Connect! Мир связи. 2006. № 10 (октябрь). С. 32–36.)		

ЛОГОС. Типы содержания речи

В каждой из приведенных в качестве образца речей на одну и ту же тему преобладает один из типов содержания.

Ничто не слишком

1) Показательная речь (аргументация касается принципов и общих положений)

Что нас может порадовать больше, чем то, что нам что-то разрешили (особенно если разрешили то, что могли и не разрешить)? Наверное, только то, что мы что-то сделали без разрешения или даже вопреки запрету, а потом оказалось, что так и надо было, что мы были правы.

Почему это так радует?

Потому что приятно, проверив себя, оказаться правым. Потому что нам важно убеждаться, что мы сами можем оценить, что правильно, а что нет, что хорошо, а что плохо. Потому, наконец, что нам хочется знать, что мы не глупее тех, кто полномочен нам разрешать или запрещать, и, значит, не нужны нам их указания.

И вот мы доказываем себе и другим, все боремся за права против обязанностей, и так – все детство.

Но наступает момент, когда мы больше не чувствуем сопротивления среды. Для разных людей этот момент наступает в разное время, но вот однажды Вы наконец почувствовали, что Вам все можно. Во всяком случае, можно все, что Вы хотите. Что дальше? Есть два пути.

Дальше можно продолжать искать, чего же все-таки нельзя, чтобы отвоевать себе право и на это. Ломать, брать чужое, убивать – потому что «свободен это делать», потому что «не тварь дрожащая», а значит, «право имею».

На некоторое время это, безусловно, даст ощущение, что теперь – ничто не слишком. До тех пор, пока кто-то за Вас не решит, что хватит. Тогда Вы снова будете бороться – «с системой», ограничивающей Вашу свободу, и с «обывателями», видящими в Ваших «творческих» действиях преступления.

Но есть другой вариант. Ведь кроме «нельзя» существует еще «невозможно» – понятие даже еще более неприятное. Искать предел возможностей (и не только своих, а также возможностей материала разного рода, будь то методика, вещество, архитектура или даже явление природы) – не менее волнующе, сложно, и даже не менее (а как правило – и более) коммерчески выгодно. И при этом такое поведение существенно реже принимается обществом в штыки, потому что оно – полезно.

Это, казалось бы, совершенно очевидные вещи, скучные до ломоты в зубах. Однако именно в этом заключается причина, по которой я категорически не согласна с распространенным среди молодежи убеждением, что «лучший защитник информации – бывший хакер». Для меня это звучит так же нелепо, как «лучший хирург – Джек Потрошитель».

Во-первых, тот, кому нравится ломать, – никогда не будет строить *с удовольствием*. А значит, если и будет строить, то будет строить плохо или, в лучшем случае, средне.

А во-вторых, я абсолютно убеждена, что человек, ищущий и раздвигающий границы собственной свободы, а не возможностей, настолько внутренне несвободен, что вряд ли сможет осуществить принципиальный прорыв в какой-либо области (если, конечно, не считать прорывом «прорыв» того или иного заслона). Это, кстати, следует из самого рода занятий так называемых хакеров – они не создают новое, а ломают то, что кто-то уже создал (тут я принципиально не углубляюсь в истоки их деятельности многократно и романтично описанные в литературе – какой в этом смысл, если речь идет о людях, практикующих не когда-то, а сейчас?). На щит часто поднимают образ той или иной знаменитости из этого мира, который «завязал» и теперь... гастролирует с семинарами «как защититься от хакера». Это мило, но опять вполне вторично. А где же великие изобретения, созданные этими гениями взлома?

Возможно, эта информация просто не передается огласке, что мало правдоподобно, поскольку это был бы эффективный маркетинговый ход.

Поэтому мне кажется, что романтизировать компьютерную преступность как проявление бунтарского духа и творческого порыва

– так же наивно и опасно (для будущего этих самых «бунтарей», а не для кого иного!), как называть мальчишеством поведение скинхэдов или любознательностью – «эксперименты» детей, выкалывающих глаза аквариумным рыбам.

2) Судительная речь (аргументацию составляют факты)

Способность удивляться делает нашу жизнь ярче и интереснее. Фразу «Не может быть!» мы произносим едва ли не чаще всех остальных. И ведь это несмотря на то, что жизнь последовательно показывает, что *может*, и более того, что может быть *еще и не такое*. Каждый раз, когда мне кажется, что «это уже слишком», я пытаюсь представить, а что если однажды окажется, что это были еще только цветочки?

Как обычно, «тьма примеров» – в истории. Причем в истории всего, даже языка. Чуковский в своей книжке «Живой, как жизнь» – про язык – в начале прошлого (XX) века писал, что распространение ударного А в окончании множественного числа существительных доходит уже просто до абсурда и что, если это не прекратить, скоро будем говорить «приходите докторА заключать договорА». И ему казалось, что это смешно.

А какие яркие примеры из истории России! Что бы нам сказали где-то году в 1904, если бы узнали, что, скажем, в 1983-м для поездки, например, в Польшу придется проходить собеседование с комиссией КГБшников, демонстрируя осведомленность, кто там теперь министр иностранных дел, а кто – секретарь компартии? А если бы в том же 83-м сказали кому-то, что в начале 2002-го ученица 10-го класса гуманитарного лицея станет спрашивать учительницу, как расшифровывается КГБ? Безусловно, Вам бы ответили, что это уже слишком.

Что тогда говорить о том, что самым неправдоподобным рассказом побывавшего в 1983-м году в Польше был рассказ о том, что у яблочного сока там вкус – ЯБЛОКА. Или о том, что в 2000-м в московском метро спорили две студентки, читая конспект по истории: одна говорила, что КПСС – это, наверное, название какой-то партии, а другая ей возражала, что не может быть такого названия партии – ведь 4 буквы и ни одной Р!

К тому, что ничто не слишком в области компьютерной техники, мы как-то очень легко привыкли, поскольку развитие ее изначально было стремительно и чудесно. Но хочется поделиться одним воспоминанием – о том, как молодые активные программисты на закате советской власти «разоблачали коммунистическую пропаганду» о том, что, дескать, в ужасной Америке бездомные живут в ящиках из-под компьютеров. Они говорили, что эта страшилка рассчитана исключительно на тех, кто не видел ящики из-под компьютера – ведь в них вполне можно жить! И, работая на ЭВМ, раздевшись до трусов, поскольку от нее было очень жарко, строили планы, кому достанется в качестве домика ящик из-под этой ЭВМ, если дадут вдруг участок земли для дачи. Конечно, они тогда не думали о том, сами они лично будут проектировать компьютеры, которые можно убрать в пенал для ключей.

Конечно, не думали они об этом не потому, что не могли себе такого представить. А просто им было о чем еще подумать. Потому что уж кому, как не компьютерщикам, знать, что ничто не слишком.

3) Совещательная речь (аргументация касается принятия решений и их последствий)

Залогом устойчивых хороших отношений – личных или деловых – принято считать доверие. Это достаточно очевидно и вроде бы не нуждается в доказательствах. Поэтому мы стараемся демонстрировать доверие тем, с кем хотим быть в хороших отношениях – казалось бы, это очень логично. Давайте попробуем отвлечься от эмоциональной стороны вопроса и спокойно проанализировать, как именно это обычно делают и к чему это может приводить.

Итак, есть некий человек X, которому мы хотим продемонстрировать доверие. Зачастую это сводится к тому, что мы стараемся не дать повод заподозрить нас в недоверии, то есть оставляем на видном месте документы и личные записи, не ставим пароль на телефон и компьютер, устанавливаем режим автоматического входа на почтовую программу и мессенджеры и совершаем массу других подобных действий.

Что в результате? Во-первых, мы ставим человека X в крайне неудобное положение, потому что он, в свою очередь, теперь чувствует

необходимость доказывать нам, что он это доверие оправдывает – и не смотрит на разложенные кругом бумаги, отворачивается от самозапускаемых в компьютере программ, передавая нам телефон, держит его экраном вниз – в общем, предпринимает массу усилий для демонстрации уважения к нашей частной жизни.

Во-вторых, мы сами начинаем невольно сомневаться – а не пролистал ли он бумаги? а не заглянул ли в «отправленные»? а не читает ли SMS? А почему тогда ТАК активно демонстрирует, что не читал, не смотрел, не заглядывал? Или просто сомневается в доверии? Как же ЕЩЕ доказать?

В тонких материях отношений, даже когда они в основном носят деловой характер, ничто не кажется «слишком», особенно с учетом пресловутой «загадочной русской души» с ее широтой и глубиной. В своем стремлении показать, что он ничего не скрывает, человек подчас заходит очень далеко. Еще дальше люди заходят разве что в стремлении доказать, что они «не лезут в чужие дела».

То есть происходит самое настоящее насилие, которого не выдержит никакое доверие и никакие стоящие за ним отношения.

Мне кажется, что лучше воздерживаться от такого «нецелевого использования» собственного privacy и демонстрировать доверие, если оно реально присутствует в отношениях, прямым обсуждением сложных вопросов – в случае, если такое обсуждение уместно и полезно. А privacy все же хранить надежно защищенным. Не от кого-то конкретно, а просто для того, чтобы не развивать в себе манию преследования.

ОБЩИЕ МЕСТА. Задание 4. Образец выполнения

1. разум и чувства

Топос:

Конфликт чувств и разума не имеет благополучного исхода.

Раскрываемая тема:

Использование СЗИ не должно мешать пользователю выполнять свои профессиональные задачи.

2. человек и коллектив

Топос:

Дружба крепче, если табачок врозь.

Раскрываемая тема:

Система разграничения доступа пользователей к СВТ и информации внутри организации должна создавать у добросовестных пользователей чувство защищенности, а не ощущение слежки.

3. прекрасное и полезное

Топос:

Горькое – не значит полезное.

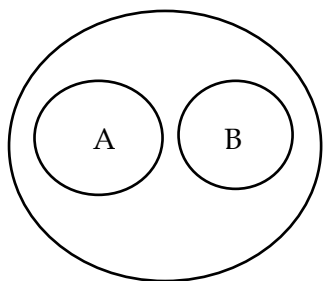
Раскрываемая тема:

СЗИ должно повышать эффективность системы, а не создавать видимость защищенности за счет вынужденного усложнения работы персонала.

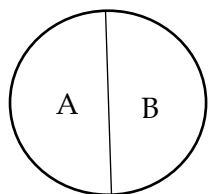
ЛОГИКА. Задание 5. Ответы

А) Схемы соотношения объемов понятий.

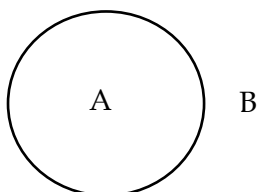
1.



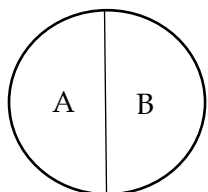
2.



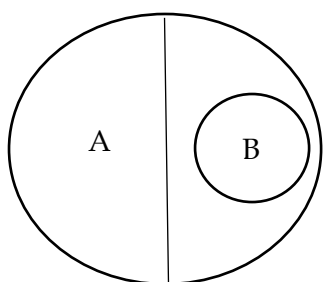
3.



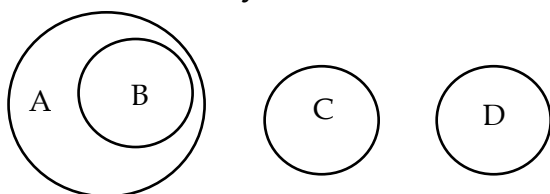
4.



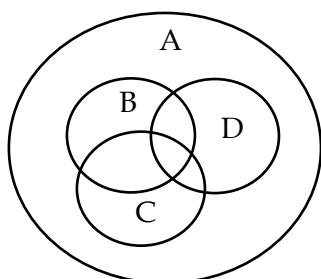
5.



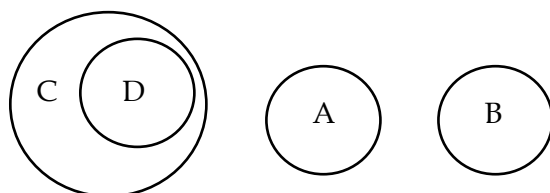
6. В зависимости от того, как определить понятие стакана, могут быть разные схемы. С и D стаканами в строгом смысле не являются, поэтому схема такова:



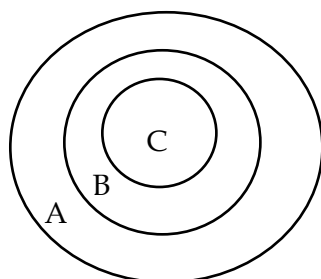
Если считать С и D – стаканами, то схема будет такой:



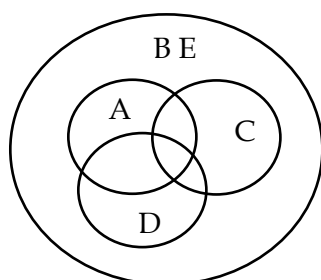
7.



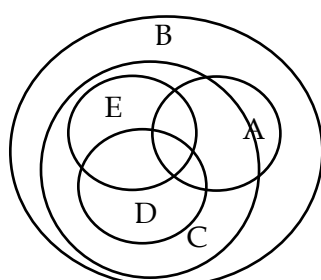
8.



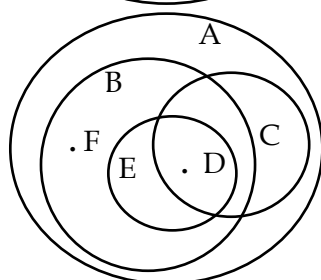
9.



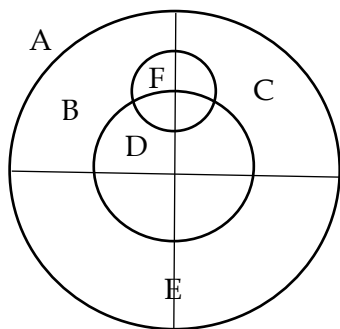
10.



11.



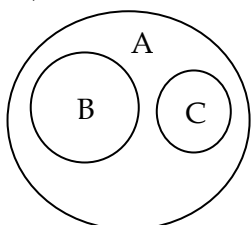
12.



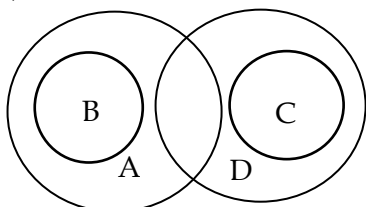
A – относится ко всей окружности, которая делится вдоль на B и C, а поперек – на E и остальное.

Б) Понятия, объемы которых соотносятся так, как показано на следующих схемах:

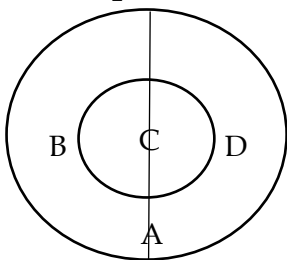
1) A – мебель, B – мягкая мебель, C – табуретка, D – диван



2) A – лед, B – вода, C – жидкость, D – чай



3) A – картина, B – рисунок, C – портрет, D – живопись



ИЗОБРЕТЕНИЕ. Задание 7а. Образец выполнения

1. цель и средства

Предложение (я заявляю, что): Средства защиты информации типа N использовать нецелесообразно.

Положение (потому что): Для того чтобы обеспечить условия, в которых эти средства будут эффективно выполнять свои функции, нужно защитить систему от... (например, с помощью...), ... (например, с помощью...), (например, с помощью...) и от... (например, с помощью...). В этих условиях средство защиты информации типа N уже и не требуется.

Топос (общее место): Каша из топора.

2. форма и содержание

Предложение (я заявляю, что): Требование к системе должны формулироваться через функции, а не через инструменты их реализации.

Положение (потому что): Рабочее место может не включать в свой состав антивирус, если оно построено так, что его заражение вирусом невозможно в принципе. При этом оно не будет выполнять требование, сформулированное в виде «наличие антивируса», но будет выполнять требование, сформулированное в виде «защита от заражения вредоносным программным обеспечением».

Топос (общее место): Шашечки или ехать

3. простое и сложное

Предложение (я заявляю, что): Сложность статических биометрических данных усложняет их подделку, но никак не усложняет их кражу.

Положение (потому что): Списать решение сложной задачи не сложнее, чем списать решение простой. А сделать копию – еще проще.

Топос (общее место): На всякого мудреца довольно простоты – это именно о том, что никто не будет искать пути решения сложных математических задач там, где достаточно скопировать данные и передать их снова.

ИЗОБРЕТЕНИЕ. Задание 7б. Образец выполнения

1. Универсальные компьютеры архитектурно уязвимы

Предложение (я заявляю, что): Для выполнения задач, требующих высокой защищенности, следует использовать специализированные средства вычислительной техники, а не универсальные компьютеры.

Положение (потому что): Универсальный компьютер исполняет любую задачу, значит, и вредоносную, а специализированный – только те задачи, для которых он предназначен.

Топос (общее место): За двумя зайцами гоняться сложнее, чем за одним*.

*конкретная формулировка, отсылающая к поговорке, может быть разной в зависимости от того, какие еще доводы будут отобраны, кроме положения. Но «ни одного не поймашь» – использовать не желательно, это обидно для аудитории. Она поймает, просто потратит нерационально много сил.

2. Чудес в защите информации не бывает

Предложение (я заявляю, что): Если Вам говорят, что в устройстве неизвлекаемый ключ, а Вы не видите, где конкретно в этом устройстве он мог бы быть, задайте вопрос.

Положение (потому что): Иногда одними и теми же словами называют совсем разные вещи.

Топос (общее место): Если на клетке со слоном увидишь надпись «буйвол», не верь глазам своим.

3. Человеческий фактор

Предложение (я заявляю, что): Инструменты, предназначенные для защиты информации должны учитывать человеческий фактор.

Положение (потому что): Бороться с человеческим фактором бесполезно, человек останется человеком.

Топос (общее место): **

** Топос в этом случае очень сильно зависит от характеристик аудитории. Это может быть и «старого пса новым трюкам не обучишь»,

и «сколько волка не корми», а может быть (я бы выбрала такой) «человек – это звучит гордо именно из-за человеческого фактора. Пускай люди остаются людьми».

РАСПОЛОЖЕНИЕ. Пример вступления с ораторской предосторожностью

Легенда: Публичное представление плана построения крупной государственной ИС (информационной системы), имеющей сложную и разветвленную структуру с множеством подсистем. Выбор СЗИ, на которых строится подсистема защиты информации в этом проекте, нас не устраивает.

Необходимо убедить аудиторию, что эта подсистема должна быть построена иначе.

Аудитория состоит из разработчиков проекта (в том числе руководителей) и привлеченных экспертов – специалистов-разработчиков и интеграторов.

Надо учитывать тот факт, что такой проект является результатом большой исследовательской и конструкторской работы, предполагает огромное количество пройденных согласований – сроков, бюджетов, коллективов исполнителей и соисполнителей. Изменение одной из подсистем влечет за собой нежелательные хлопоты и ущемление чьих-то интересов.

Приведенный текст – пример вступления к речи, содержащей обоснование необходимости изменения подсистемы защиты информации.

(присоединение к оценке и выражение сожаления) Поскольку я сама, как и большинство из присутствующих, знаю, что это такое – спроектировать систему подобного масштаба, конечно, мне в первую очередь в представленном проекте видна огромная проделанная работа. По этой причине особенно не хочется выступать именно с критикой – это в каком-то смысле резать по живому.

(общность интересов) Но всем нам хорошо понятно, что, пока система находится в стадии проекта, мы с вами по одну сторону баррикад. Что нам сейчас надо определить? В первую очередь,

конечно, – насколько проект состоялся. Думаю, что большинство со мной согласится, в целом он определенно состоялся – мы ясно видим его структуру, она логична и функциональна, достаточно ясно спланирован ход работ по построению системы.

Помимо этого, однако, именно на этом этапе должно стать хорошо понятно, насколько система получилась оптимальной с точки зрения соотношения стоимости и удобства реализации и обслуживания, насколько интегрируемы и согласованы ее части. Все мы отдаем себе отчет, что на более поздних этапах изменение какого-либо элемента будет носить еще существенно более разрушительный характер и точно будет более дорогостоящим. И тут мне тоже приятно отметить, что в основном система RR спроектирована продуманно, а то, что каждый из нас может, наверняка, предложить какие-то другие ходы в частных случаях – это вполне естественно: сколько специалистов, столько и взглядов на одну и ту же задачу.

(уважение к позиции и чувство долга, требующее высказать противоположную) Поэтому я скажу только о тех соображениях, которые представляются мне абсолютно принципиальными. Они касаются подсистемы защиты информации. Хочу заметить, что подсистема спроектирована вполне логично и выглядит убедительно, но все же я должна указать на ряд причин, по которым, на мой взгляд, ее целесообразно построить иначе.

(понимание эмоций, лежащих в основе критикуемого решения) Построение подсистемы защиты информации на СЗИ S и T вполне понятно, ведь большинство компаний, участвовавших в разработке системы, используют именно эти средства, а значит, хорошо их знают и привыкли с ними работать.

(разделение аудитории) Но, если обратить внимание на то, как именно используются этими компаниями средства S и T, станет ясно, что системы, в которых применяются эти устройства, имеют мало общего с RR, проект которой мы сейчас обсуждаем. У компании Y основная задача защиты информации – это аутентификация пользователей на строго специализированных ПК. У компании Z, насколько я себе представляю ситуацию, поправьте меня, если это не так, – шифрование исходящего трафика. И так далее. Набора задач, адекватного задачам защиты информации в обсуждаемом проекте, ни

в одной из этих компаний нет, поэтому вряд ли целесообразно строить подсистему ЗИ в RR по образцу собственных, пусть даже эффективно работающих. Хотя, насколько мне известно, не все компании, представители которых здесь сегодня присутствуют, могут уверенно сказать, что S и T их полностью устраивают, иначе не пришлось бы их дополнять СЗИ других производителей, чтобы добиться правильного функционирования защищаемой ИС.

(призываем к анализу вместо эмоций) Хорошо понятно, что, имея дело с уже построенной системой, мы можем только дорабатывать ее до необходимого уровня эффективности, зачастую существенно усложняя. Поэтому сейчас, еще имея возможность решить все возможные противоречия заранее, думаю, лучше еще раз проанализировать те принципы, на основе которых проектируется в данном случае подсистема защиты информации.

(общие принципы) Уверена, что не ошибусь, сказав, что мы с вами эти принципы понимаем одинаково: СЗИ, используемые в подсистеме, должны решать именно те задачи, которые характерны для RR в целом, и, разумеется, они не должны конфликтовать с ПО и аппаратурой, используемыми во всех остальных подсистемах, поскольку все они согласно проекту, являются смежными для подсистемы ЗИ.

Итак, в чем заключаются мои основные предложения... *(далее следует основная часть выступления, начинающаяся непосредственно с технической аргументации).*

РАСПОЛОЖЕНИЕ. Применение вступления с ораторской предосторожностью в схеме аргументации непопулярного решения

Речь перед студентами об изменении плана по итоговому контролю

1. *Присоединяемся к эмоциональной оценке проблемы и высказываем огорчение, что приходится выступать в таких сложных условиях.*

Я вынуждена вам сообщить, что после подведения промежуточных итогов по вашим долгам я решила пересмотреть свои планы по диф. зачету. Мне ужасно нравится ваша группа, поэтому мне крайне неловко именно на вас ставить этот мой педагогический эксперимент, потому что вы, конечно, имеете полное право возмутиться и обидеться, а мне ужасно не хочется вас возмущать и обижать.

2. *Устанавливаем общие места (в основном нравственного, но не только!), объединяющие с аудиторией, и представляем их более важными, чем те, что нас разделяют.*

Однако как раз вы, как никакая другая группа сможете понять мое решение, потому что нас вами, как мне кажется, объединяет, с одной стороны, реальный (и где-то даже критический) взгляд на вещи, и, с другой стороны, стремление к тому, чтобы извлечь из обучения максимальную пользу. Думаю, что это общее в данном случае важнее того, что как преподаватель и студенты мы с вами в определенном смысле по разные стороны баррикад.

3. *Высказываем понимание и уважение позиции аудитории и ссылаемся на чувство долга и ответственности, которые, тем не менее, заставляют нас отстаивать противоположную позицию.*

Я очень хорошо понимаю желание разгрузить сессию, и сама, когда случалась возможность заработать автомат, ею не пренебрегала. Более

того, я считаю глубоко справедливым, что те, кто посещает занятия и делает задания – получают преимущество перед теми, кому учиться не досуг. А самое главное, я понимаю, как обидно, когда уже потраченные усилия оказываются потраченными впустую. Между нами, преподавателям вообще это чувство знакомо как мало кому еще. Однако я не могу поддасться искушению и в ущерб результату остаться хорошей.

4. *Позицию аудитории представляем как коллективную, вызванную естественной эмоцией, но при этом не выработанную и продуманную самостоятельно.*

Я хорошо понимаю, что на моем месте, или даже не на моем, а просто оценивая то же самое в отношении каких-то других студентов, при совокупности всех тех же обстоятельств – если не каждый их вас, то многие – были бы со мной согласны. Но одно дело согласиться с целесообразностью действия, а совсем другое – не злиться на изменение планов. Я бы тоже злилась – это по-человечески.

5. *Показываем, что аудитория неоднородна в отношении к этой проблеме, находим те пункты, в которых ее можно разделить.*

Но если посмотреть правде в глаза, то злиться, вообще говоря, стоит далеко не всем, я бы даже сказала, что мало кому. Списки долгов у вас разные и у некоторых они настолько впечатляющие, что скорее они должны испытать облегчение от того, что можно их не сдавать.

6. *Утверждаем, что вместо мнения, основанного на эмоции, необходим взвешенный и трезвый анализ проблемы на основе выявленных общих мест. В результате аудитория отвлекается от коллективной эмоции, подсознательно начинает от нее отстраняться, поскольку считать, что имеешь взвешенное мнение, более приятно, чем считать, что находишься во власти коллективной эмоции.*

Давайте посмотрим на ситуацию трезво, закрыв глаза на то, что обидно, когда в середине марта меняют правила: в каком случае вы

потратите больше времени, и в каком случае приобретете хоть капельку больше знаний. Не все вместе как группа, а конкретно каждый за себя – вот с тем списком долгов, который лично у него.

7. *Общие позиции противопоставляем расхождениям как явно менее значимым.*

В конечном итоге получается, что для всех лучше прекратить работу по долгам, вне зависимости от того, почему, сколько и какие у него долги. И мне в том числе, потому что встраивать прием долгов в ход процесса становится все сложнее – времени-то не остается.

8. *После такого вступления сразу переходим к аналитической технической аргументации, потому что она требует внимания, а следовательно, снижает накал эмоций, и аудитория, успокоенная вступлением, увлекшись восприятием аналитической части, окончательно забудет свою первоначальную эмоциональную противопоставленность риторике.*

Билетов 11, 22 вопроса. Вопросы все по учебнику и тем аспектам прикладной риторики, которые мы явно обсуждали (или еще обсудим) на занятиях. Их список я выдам прямо сейчас, до конца семестра можно уточнять на парах какие-то непонятные моменты, но не в форме «что отвечать на такой-то вопрос». То есть прямого рассказывания «на вопрос 11 надо отвечать следующее...» – не будет. Но отвечать на вопрос «правильно ли я понял, что....», и «вытекает ли из этого...» или «а что, если сделать аргументацию построить следующим образом...» – я готова.

9. *Иерархизация аудитории*

Долгов же у большинства из вас ... примерно столько же, но почти каждое из этих не сданных заданий – сложное, творческое и требует массу времени. Массу времени на подготовку, а потом на собственно сдачу. И это время – всей группы, так как происходить должно на паре.

Очевидно, что сдавать по билетам выгоднее и тем, кто ни разу не был на занятиях (у них появляется хоть какой-то шанс на то, чтобы не быть в безнадежно худшем положении, чем те, кто ходил), ну а те, кто ходил – вообще не испытывают никаких сложностей, потому что молодцы и замечательные студенты.

10. *Достигаем согласия о цели, для чего нужно тщательно развести*
- *собственные интересы,*
 - *методы решения задачи,*
 - *конечную цель.*

Разумеется, я не буду утверждать, что с моей стороны это чистая благотворительность, иначе я бы так долго на эту тему не объяснялась. У меня есть свой интерес – почти за 15 лет преподавания этого курса я ни разу не принимала его по вопросам. Студентам как-то эмоционально ближе работа на автомат, я, когда начинала преподавать, сама не далеко ушла от студентов, и мне тоже казалось, что сдавать по вопросам – это наказание. Но сейчас тенденция к тому, что домашнее задание делать систематически студентам становится почему-то практически невозможно, делать задания прямо в классе – тоже, потому что вы начали еще и ужасно медленно читать и половину из прочитанного как-то мистическим образом пропускать и не замечать. Похоже, что подготовка конечного списка вопросов – наиболее мягкий вариант для вас и единственный шанс хоть какого-то усвоения вами предмета для меня.

Вообще говоря, для меня, конечно, усвоение вами материала тоже не является самоцелью. Способность овладеть моим предметом, заинтересоваться моим предметом, понять его – для меня один из критериев выработки представлений о том, кого я дальше буду стремиться получить в свой коллектив – я этого не скрываю. И хотя успехи в риторике в работе у нас, конечно, не главное, и были примеры работы у нас тех из студентов, с кем у меня не сложилось, и даже вполне успешной работы, тем не менее, однажды один из руководителей наших разработчиков, сам мой бывший студент сказал примерно так – «а зачем вообще рассматривать тех, кто к Вам не ходил?» Не стану скрывать, что моя оценка имеет вес среди моих сотрудников, я на

хорошем счету)) Ну а каждому из вас, наверное, хотелось бы не попадать в список тех, которых, Бог весть, стоит ли рассматривать – кому надо заведомо ограничивать себя в выборе работодателя. Ну а раз так – мы заинтересованы в одном и том же – в том, чтобы у меня была возможность рассмотреть каждого из вас с лучшей стороны и влюбиться. Ну так а это же прекрасно, когда цели студента и преподавателя совпадают!

11. Рассматриваем, что для достижения этой цели нужно

Для того чтобы я получила о вас необходимое представление, мне нужно увидеть, насколько вы способны понимать текст и выражаться понятным текстом. Это непереносимое требование. И это именно то, чего я пытаюсь от вас добиваться на всех без исключения занятиях, во всех без исключения заданиях.

12. Рассматриваем варианты применения для этого различных средств

Мы можем пойти разными путями. Можем продолжать пытаться пройти через все задания в надежде получить знания, овладеть умениями и выработать навыки. Это было бы прекрасно, но, похоже, требует и от вас, и от меня, слишком много. Мы можем бросить все это дело и положиться на ваши рефераты и ответы по курсу по «Моделям», ведь там, в конце концов, тоже – как и вообще в любой дисциплине – будет и понимание текста, и выражение текстом. При этом «Модели», будучи обязательным предметом, не минуют никого. Но в этом случае у вас не будет дополнительной возможности разделить для меня ваши общекультурные и аналитические навыки и способности от усвоения конкретного материала.

13. Наше предложение в этом рассмотрении оказывается лучшим.

Получается, что диф. зачет по билетам в нашем с вами случае самый лучший вариант, хотя он и имеет определенные минусы. Ну а кто их не имеет, с другой стороны.

ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 8. Ответы

Отечество (высокий) – родина, Россия (средний) – Раша, родимая сторонка (низкий)

ПЭВМ (высокий) – компьютер (средний) – тачка (низкий)

песнь (высокий) – песня (средний) – песняк, музон (низкий)

церемониальный автомобиль (высокий) – лимузин (средний) – членовоз (низкий)

апартаменты – квартира (средний) – хата (низкий)

дама (высокий) – женщина (средний) – тетка (низкий)

Человек с ограниченными возможностями – глупый – бестолочь (низкий)

Сильные мира сего (высокий) – руководство (средний) – начальники (низкий)

Вещать (высокий) – говорить (средний) – болтать (низкий)

Осуществить несанкционированный доступ (высокий) – взломать (средний) – хакнуть (низкий)

ВЫРАЖЕНИЕ. Задание 9. Ответы

1) в научном ФС:

Изменение формы сигнала меняет информационное содержание, и цель информационного взаимодействия может быть не достигнута. В связи с этим можно утверждать, что важнейшим условием успешного информационного взаимодействия в технических системах является условие сохранения формы сигнала.

2) в обиходно-разговорном ФС:

Информационное взаимодействие – это когда какая-то информация передается от одного другому: кто-то о чем-то от кого-то узнает. Происходит это с помощью документа – передаются как раз все те сведения, из которых он состоит.

3) в публицистическом ФС:

Ни один документ никогда не сможет сыграть роль сообщения о каком бы то ни было факте, то есть он просто вообще не станет

информационным фактом, если не будет обеспечено его незамедлительное предъявление и демонстрация по первому же требованию сектора действительности!

4) в официально-деловом ФС:

В соответствии с законодательством РФ в части регулирования вопросов наследования недвижимое имущество лица, покинувшего страну, должно быть передано его прямым наследникам, в случае отсутствия иных распоряжений или претензий на означенное имущество со стороны собственника в течение полугода с момента отбытия.

5) в обиходно-разговорном ФС:

Терминальная сессия – это, в общем-то, как и раньше было, – данные хранятся и обрабатываются на сервере, пользователь видит изменения изображения на экране, а то, что он нажимает на клавиатуре или делает мышью, идет на сервер.

6) в научном ФС:

Основным недостатком специализированных терминальных клиентов с точки зрения построения систем защиты информации является невозможность установки аппаратного модуля доверенной загрузки (АМДЗ) – в силу отсутствия соответствующих системных шин или вследствие компактных габаритных размеров.

7) в публицистическом ФС:

Ну что же удивительного в том, что в программном обеспечении встречаются ошибки?! Большая система – много ошибок. Это общеизвестная закономерность. Вот нашли еще одну, причем в сверхпредсказуемом месте: на стыке двух различных подсистем.

8) в официально-деловом ФС:

Контроль маркирования сертифицированной продукции знаками соответствия и инспекционный контроль ее соответствия требованиям указанных в настоящем сертификате руководящих документов осуществляется испытательной лабораторией У.

ВЫРАЖЕНИЕ. Наиболее распространенные тропы и фигуры речи

Троп – операция переноса значения, состоящая в контекстной подстановке слова, сочетания слов или выражения отдельной мысли. Троп используется для того, чтобы выстроить цепочку сведения мыслей, приведения их одной к другой (например, положения к топосу или примера – к норме):

метафора – перенос значения по признаку;

метонимия – перенос значения по смежности (в пространстве, во времени, в обстоятельствах, по наличию общих характеристик и тому подобное);

синекдоха – перенос значения части на целое или целого на часть;

ирония – перенос значения по антонимии (то есть по противоположному);

гипербола – неправдоподобное преувеличение;

литота – неправдоподобное преуменьшение;

аллегория – перенос значения целой мысли. Как правило, в реальной жизни (исключая художественную литературу) аллегорию целесообразно использовать как аналогию, то есть приводя параллельно ту мысль, которую мы толкуем, в явном виде.

Фигура речи – типичный, воспроизводимый прием словесного оформления мысли. Риторические фигуры речи подразделяются на фигуры осмысления, фигуры выделения и фигуры диалогизма (организующие, соответственно, всю речь, отдельные фразы и отдельные части речи).

Фигуры осмысления – это словесные приемы, организующие высказывание в целом:

- *эпиграмматизм* – фигура, состоящая в произвольном смещении связи между понятиями (голубей крепкокрылая стая (а не стая крепкокрылых голубей)). Эффект этой фигуры заключается в том, что слово, в сторону которого происходит смещение, становится эмоционально и логически более выделенным и значимым (в данном примере – не просто крепкокрылые голуби, летящие в одну сторону, а

стая как особый, самоценный феномен, характеризующаяся крепкими крыльями как своим собственным признаком);

- *эпимона* – фигура, состоящая в систематическом, полном или перефразистическом (то есть другими словами) повторе мысли в ходе развертывания высказывания. Эффект этой фигуры состоит в том, что аудитория лучше понимает и усваивает мысль риторика, но вместе с тем у нее не создается впечатление, что ритор по многу раз повторяет одно и то же.

- *контекстный троп* – фигура, состоящая в использовании тропов (метафор, метонимий и т. д.) для создания рядов аналогий, раскрывающих и дополняющих аргументацию.

Фигуры выделения – конструктивные приемы оформления фразы, посредством которых выделяются или сопоставляются значения отдельных слов или оборотов:

- *реприза* – подхват последнего слова в конструкции (или слова, которое надо выделить) в начале следующей;

- *анафора* – начало параллельных фраз с одного и того же слова или оборота;

- *эпифора* – завершение параллельных фраз одним и тем же словом или оборотом;

- *соединение* – начало и завершение каждой параллельной конструкции одними словами;

- *окружение* – повторение одного и того же слова в начале и в конце конструкции;

- *отличие* – разделительный повтор в параллельных конструкциях («электронный замок – это...», «в отличие от электронного замка, аппаратный модуль доверенной загрузки...»);

- *различение* – последовательное противопоставление слов или рядов слов в отрицательно-противительных оборотах, в результате которого образуются синонимические и антонимические ряды («администратор безопасности информации, руководитель службы безопасности информации – это совсем не то, что системный администратор или системный инженер!»);

- *разделение* – раскрытие родового понятия перечислением и распространением видовых (что такое USB-ключ? С одной стороны, это изделия типа HASP, с другой – USB-токены, с третьей – ПСКЗИ...»);

- *эпитет* – характеристика выделяемого слова посредством слов или оборотов, представляющих его свойства, признаки или качества;
 - *плеоназм* – избыточное употребление выделяемого по смыслу слова или оборота;
 - *перифраз* (или *парафраз*) – замена слова или оборота характеристикой, раскрывающей выделяемое значение;
 - *оксюморон* – соединение слов с противоположным значением в словосочетание (холодный обжигающий виски);
 - *градация* – постановка ряда однородных по смыслу слов, оборотов, предложений, расположенных по нарастанию выделяемого значения (восходящая градация), убыванию выделяемого значения (нисходящая градация) или повторяющих значение (аккумуляция, сгущение);
 - *антитеза* – фигура, состоящая в противопоставлении двух мыслей, которые строятся как параллельные конструкции;
 - *этимология* – фигура, состоящая в раскрытии значения слова истолкованием его происхождения или истолкованием значений его составных частей («что такое “замок”? Это устройство...»);
 - *соответствие* – фигура, состоящая в обычно попарной постановке сопоставляемых слов в параллельные и одинаково построенные конструкции таким образом, что значения сопоставляемых слов предстают как синонимические или антонимические;
 - *интерпретация* – использование вводного оборота с модально-оценочным значением для объяснения или оценки содержания фразы («Поэтому вместо усиления защищенности мы имеем, что, конечно, прискорбно, очередную уязвимость»);
 - *перемещение* – зеркально-симметричный повтор определяющего и определяемого слов в параллельных конструкциях, дающий взаимное обращение значений конструкций («всякий АМДЗ – “замок”, но не всякий “замок” – АМДЗ»);
- Фигуры диалогизма** – фигуры, обычно оформляющие часть высказывания, посредством которых в монологе изображаются диалогические формы речи:
- *предупреждение* – намеренное выдвижение контраргумента и ответ на него;
 - *ответствование* – постановка вопроса от лица аудитории и ответ на него от лица ритора или авторитетной инстанции;

- *сообщение* – вопрос, обращенный ритором к аудитории, и ответ на него от лица аудитории или авторитетной инстанции («я спрошу вас - ...? И что вы мне ответите? Вы ответите, что...»);

- *заимословие* – речь, представляющая позицию авторитетного лица или самой аудитории, включенная в высказывание («Вы говорите мне...» или «ФСТЭК нам говорит...»);

- *цитата* – действительные слова конкретного источника, включенные в речь;

- *аллюзия* – использование для намека на то или иное лицо или событие отдельных слов, оборотов или образов, свойственных этому лицу или событию;

- *риторический вопрос* – утвердительное высказывание в форме вопроса;

- *риторическое обращение* – высказывание, непосредственно адресованное конкретному лицу и представляющее собой побуждение или оценку;

- *риторическое восклицание* – фраза в восклицательной форме, прерывающая ход аргументации и представляющая собой изображение внутреннего диалога.

ПАМЯТЬ. Пример оформления плана речи

Речь перед учениками 8-х классов, выбирающими спецкурс на год

Когда собиралась – надеть – хорошо или плохо? – от чего зависит впечатление, которое производит на нас человек? – КАКОЙ – Мы не из тех – тогда почему?

А вы замечали – не угодившего – представив в смешном и неприглядном свете – А ведь казалось бы, что в этом такого? – ЧТО, а не КАК, какой, – что у тебя внутри, – ковыряя носком ботинка в полу. Так?

А долго? – затравленно поглядывать на потолок? – Слушать того – под страхом ремня или контрольной.

А представьте, как страдают учителя – ноги – обе руки – блестящее знание предмета.

говорят – музыка – слушал. Когда я – на бытовом – не о любимых и начальниках – другой пример – иеромонах – в пустой церкви – из других районов – в двух храмах – А казалось бы...

Вы знаете – внимание – аргументы – молча – эмоции?

Кстати – ЗНАТЬ – УМЕТЬ – слушать, запоминать, делать выводы.

Потому что слово – это дело. – подумайте, как важно – Речь – это сильный инструмент – ответственность – интеллигенция – в своих руках – противопоставить – в дурных целях. – Конечно, важно – но разве – одному, – ОСОЗНАННО –? Поэтому если – то так – слышали – возможно кому-то достойно.

В Древнем Риме. – Все у нас получится. **В любой одежде.**

Конявская Светлана Валерьевна

**Прикладная риторика для специалистов по защите
информации**
2-е издание

Корректор: А. В. Духанина

Подписано в печать: 17.09.2021

Формат 60×90/16. Печать цифровая.

Бумага офсетная №1.

Усл. печатных л.: 16,5

Усл. авт. л.: 10

Тираж 500 экз.

Тип. заказ №

ООО «Вишневый пирог»

115114, Москва, 2-й Кожевнический пер., 12

Тел: +7 495 994 49 94