

С. В. Коныевская

ПРИКЛАДНАЯ РИТОРИКА

для специалистов по защите информации

Москва



ImageLab

2008

Рецензенты:
доктор филологических наук, профессор
Александр Александрович Волков,
доктор юридических наук, доктор технических наук
Анатолий Александрович Стрельцов.

Конявская С. В.
Прикладная риторика для специалистов по защите информации. М.: РФК-Имидж Лаб, 2007. – 204 с.

ISBN 978-5-93905-012-8

Книга представляет собой пособие для обучения практической риторике – формирования навыков публичной речи – в предметной сфере защиты информации. Пособие создавалось в качестве методической поддержки курса прикладной риторики на кафедре защиты информации МФТИ. Обучение по этому курсу должно сопровождаться практикой публичных выступлений. В разделе «Приложение» приведены задания и упражнения для практических занятий.

Книга ориентирована на специалистов различного возраста и уровня подготовки.

ISBN 978-5-93905-012-8

© Конявская С. В., 2008
© РФК-Имидж Лаб, 2008

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ: Что такое <i>прикладная риторика</i> и зачем она нужна	5
ГЛАВА 1. Этос: контакт с аудиторией	14
ГЛАВА 2. Пафос: присоединение аудитории	34
ГЛАВА 3. Логос: содержательный цикл аргументации	43
ГЛАВА 4. «Общие места»	49
ГЛАВА 5. Логика	63
ГЛАВА 6. Работа над речью	77
I. Изобретение	78
II. Расположение	85
III. Выражение	114
IV. Память	133
V. Действие	138
ПРИЛОЖЕНИЕ	
I. Этос	146
II. Пафос	157
III. Логос	163
IV. Топосы	173
V. Логика	173
VI. Изобретение	176
VII. Расположение	177
VIII. Выражение	180
IX. Память	188
X. Действие	190
<i>Ответы и образцы выполнения заданий</i>	194

ВВЕДЕНИЕ

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. Это не уникальная особенность данной сферы деятельности и знаний, потому что 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 есть 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).

Можно сказать, что здравый смысл – это отсутствие противоречия между имплицитным и эксплицитным.

Что же нам это дает для определения предмета прикладной риторики?

Исходя из здравого смысла легко понять, что прикладная риторика – это дисциплина, учащая 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 сегодняшние 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 социализоваться, 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

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...» (*Карстен Бредемайер*. 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.

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.

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 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 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 достоинством. Или не спасти чужое. Как правило, есть целый комплекс причин, *почему* в той или иной ситуации необходимо говорить. Однако 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 неоптимальным и не примут, 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 неделикатной 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 ритора 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 *эмос*, *логос* и *пафос*.

Эмос – 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.

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.

ГЛАВА 1

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? Может 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*. То есть такой, который не просто будет приятен аудитории, а будет способствовать решению тех задач, которые стоят перед ритором.

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, 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 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, НСД. Утверждение корректно, поскольку оговорен конкретный аспект, сфера действия средства. И говоря, что, используя данное средство, можно быть *абсолютно спокойным* за сохранность своей информации, мы, конечно, исходим уже из этой оговоренности, что, в общем-то, совершенно логично. В следующий раз, говоря, например, о важности организационных мер в обеспечении информационной безопасности, мы с той же убежденностью скажем, что *никакого* СЗИ недостаточно для того, чтобы быть *абсолютно спокойным* за свою информацию, не принимая соответствующие организационные меры. 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 предла-

гаемую 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 ратора, 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 ратора может быть, по сути, любым. В том числе и построенным на контрастах и противоречиях, как, например, образ ратора, 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, *зачем-то*. Об этом очень важно помнить, причем не только риторы, но и *аудитории*.

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

Это значит, что и ритор, 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. Мы можем вспомнить продолжающиеся 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.

Более новый 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. Грбового². 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 ратора. 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?».

Достаточно понятно, в чем может проявляться ответственность *ратора* 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

² Речь идет о публично продекларированном обещании Грбового воскресить погибших в ходе захвата школы в Беслане детей. Не хочется лишний раз повторять, но все же следует подчеркнуть – не вылечить тяжело раненных, а воскресить погибших.

рассуждать о том, что если 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 относиться 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, рассматривая возможные тонкие места или альтернативные предложения.

Компетентность ратора – это его осведомленность в предмете, квалифицированность. 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, некомплементарной.

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 ратора 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 ратору 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 ратора. 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 «физи-

ческих» характеристик: хорошо понятно, что для того, чтобы аудитория была расположена к риторю, его превосходство над ней должно быть принципиально *преодолимым*, а значит, состоять именно в наличии опыта, специфических знаний, большей осведомленности.

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 пока еще это все-таки воспринимается как фальшь. Мы все-таки еще 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. Такого рода отличие ратора от аудитории, как правило, воспринимается ею однозначно положительно.

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 же 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 бóльшую 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, это может быть то, что буквально на днях ритор 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 ратора заключается в том, что мы ориентируемся на интересы аудитории.

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

Серьезной ошибкой ратора 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 лично заинтересованного в результате оратора.

Таким образом, оптимальным с точки зрения доброжелательности позиционированием ратора является ориентация на интересы аудитории *потому*, что они совпадают (полностью или частично) с его собственными.

4. Предусмотрительность ратора 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. Если у аудитории есть неудачный опыт присоединения к предложениям данного ратора – 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.

Но 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, она может решить такое, что пойдет вразрез с нашими интересами, а скорее всего, 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 законодательских задач в области внедрения электронного документооборота на государственном 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 промышлен-

ности, 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 при этом 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 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.

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 поддаться 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.

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*.

ГЛАВА 2

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 нами*. 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 ратора 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 не зависимость мнений и оценок, *здравый смысл* в данном случае предполагает стремление к выбору оптимальных решений, экономя 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 риторики впадают в противоположные крайности. Западные риторики (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

³Monroe 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 настроя – 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 этосе, – 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. В то же время эти средства, созданные в соответствии с существенно более низкими техническими требованиями (поскольку до сих пор зарубежная традиция защиты информации преимущественно основывалась на экономических, а не технических способах защиты), существенно снизят защищенность компьютерных систем и отечественного бизнеса в целом. 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 риторю 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.

ГЛАВА 3

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:

1. о принципах и исходных положениях,
2. о фактах,
3. 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, 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 верно то или иное утверждение (положение вещей), мы исходим из тех или иных принципов – *сейчас*.

Аргументация о фактах касается прошлого, так как факт – это то, что *уже* состоялось. 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:

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

2. Судительная аргументация – установление, анализ и оценка фактов.

3. 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* прошлому, имеющемуся опыту, а совещательная – помочь аудитории *осознанно и добровольно* принять задуманное ритором предложение.

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, а 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 аудиторией 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*.

ГЛАВА 4

«Общие места»

Необходимость исходить из принципов, разделяемых аудиторией, о которой уже многократно шла речь, в некоторых случаях может оказаться весьма нетривиальной задачей, 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*?»

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 анархии, 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 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 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». Достаточно 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.

Действительно, культура – понятие сложно, и более того – 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.

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). 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. 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 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*. Достаточно 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.

Есть такая достаточно 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 ему 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 должны 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? Как же уважение к старшим и самопожертвование? Но женщина ждет ребенка – спасая себя, она спасает не одну, а две жизни. 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 женщина – существо несопоставимо менее важное, чем мужчина? А если, напротив, они представители племени (почему нет?), в котором царит матриархат?

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» (греч. τόπος – место). Метафора названия достаточно понятна – точка, в которой мы сходимся, *общая* для нас:

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); *истинное* (легко понять, что, например, топос «анархия – мать порядка» или «Россия – для русских» покажется истинным, к счастью, далеко не всем).

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 являются очень яркими маркерами, позволяющими передать сообщение «мы с тобой одной крови».

В связи с делением топосов на общие и частные возникает вопрос, существуют ли *универсальные топосы* – топосы, общие для представителей разных конфессиональных культур. На этот вопрос существуют разные точки зрения, особенно сейчас, когда политически острой является тема *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 ратора 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*.

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 достаточно легко, поскольку в отличие от элементов, которых может быть бесконечно много (поскольку их источник – культура – сама по себе не статична), связей – конечное и вполне обозримое количество.

Они группируются в 3 типа:

1. **определение,**
2. **отношение,**
3. **обстоятельство.**

1. **Определение** – это тип связи, при котором элементы сводятся как полностью или частично идентичные или 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: «Это называется свинство», «Хорошее дело браком не назовут».

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

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): «Киса Воробьянинов – отец русской демократии» – установлены отношения взаимосвязи «отец–ребенок», стало быть, имеем в виду, что другими словами мы сказали, что русская демократия – ребенок Кисы Воробьянинова. Образ очень емкий.

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 можно однозначно выделить: «равносторонний треугольник – это треугольник, все стороны которого равны», «кошки делятся на длинношерстных, короткошерстных и лысых».

7) *Часть/целое*. Этот вид определения очень важно не путать с предыдущим. 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».

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».

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 мужчина и женщина – понятия несовместимые), но 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.*

ГЛАВА 5

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.

Логическое мышление сформировано 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

- 1) определено,
- 2) последовательно,
- 3) доказательно.

Это значит:

1. Даже то, о чем мы имеем весьма смутное представление, мы как-то определяем – какой-то совокупностью признаков, по которой мы заключаем, 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.

2. 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 одновременно⁴.

3. 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 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**.

⁴ 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.

1. Закон тождества. $A=A$ (A равно A)

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

2. Закон непротиворечия. $A \text{ не } A$ (A и неA – неверно)

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

3. Закон исключенного третьего. $A \vee \text{ не } A$ (A или неA)

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 риторю, 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:

- 1) называется предмет,
- 2) раскрывается часть содержания этого предмета,
- 3) утверждается отношение между предметом и выделенной частью его содержания.

То есть мы говорим 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, Р – умение разговаривать, связь – отсутствие признака (определение).

Человек существенно больше мухи.

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

Очень важно понимать, что понятие *суждение* не тождественно понятию *предложение*. 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 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 H_2O , 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;
- непрременная 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 реалия, существующая наряду с материальными вещами или в самих вещах;
- язык мира как живого целого.

Это 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.

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: (AB) .

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: $(A \ B)$.

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: $(A \ B)$.

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: $(A \ B)$.

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

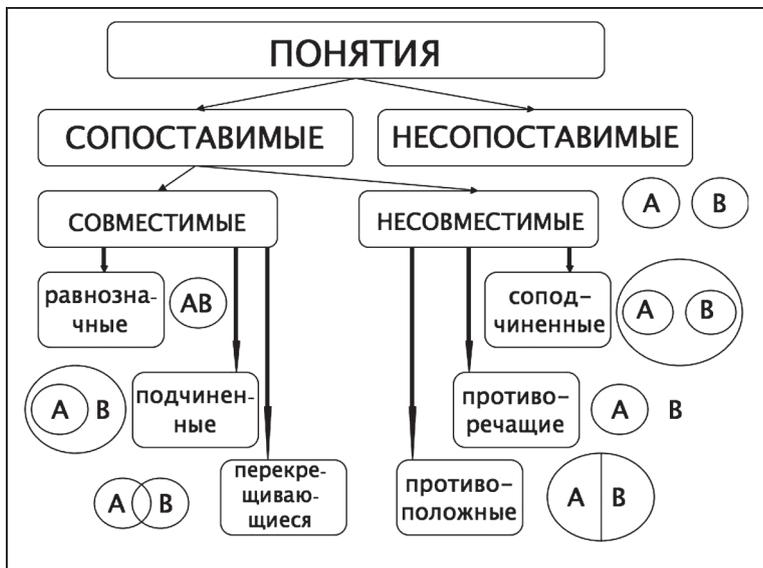
Противоречащие понятия – это такие понятия, объем каждого из которых полностью исчерпывает все, что не

попадает в объем другого. Например, «живое» и «неживое». Все, что не живое, – неживое. Изображается это так: $(A \supset B)$.

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: $(A \cup B)$.

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: $(A \cap B) = \emptyset$.

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 достаточно 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 с S и P , соотношение объемов которых такое же, но при этом они очевидны 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 (даже если мы 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 статься, что хотя бы одна фузия – все-таки птица⁵.

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.

⁵ На самом деле *фузия* – это тип морфологического строения языка, и ни одна фузия – не птица.

ГЛАВА 6

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:

1. Изобретение,
2. Расположение,
3. Выражение,
4. Память,
5. Действие.

Изобретение – это создание высказывания на уровне замысла.

Вкратце, происходит это так: обнаруживаем *проблему*, определяем, *о чем* пойдет речь (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.

1. 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. Достаточно 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 бóльшую 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 хорошо 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, наболевшим.

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 риторично 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 ратора). 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 довольно длинная 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 ратора, высказывающего сразу целый ряд идей, будет трудно и неинтересно. Даже с точки зрения языка «несколько главных мыслей» звучит достаточно 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 риторика, 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:

- 1) формулировка предложения (создание стратегического замысла),

2) 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 подробности 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 лишней 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, достаточно 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:

- сложившиеся ценностные ориентиры и уровень внутреннего согласия аудитории (показательный тип);
- состав фактов, которые могут быть использованы в данной аудитории как прецеденты (судительный тип);
- 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 ратора: 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, а расположение самого человека в пространстве комнаты – о его чувствах и намерениях.

Это все случаи имплицитной информации, которую можно считать по расположению. 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

I. 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).

II. 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;

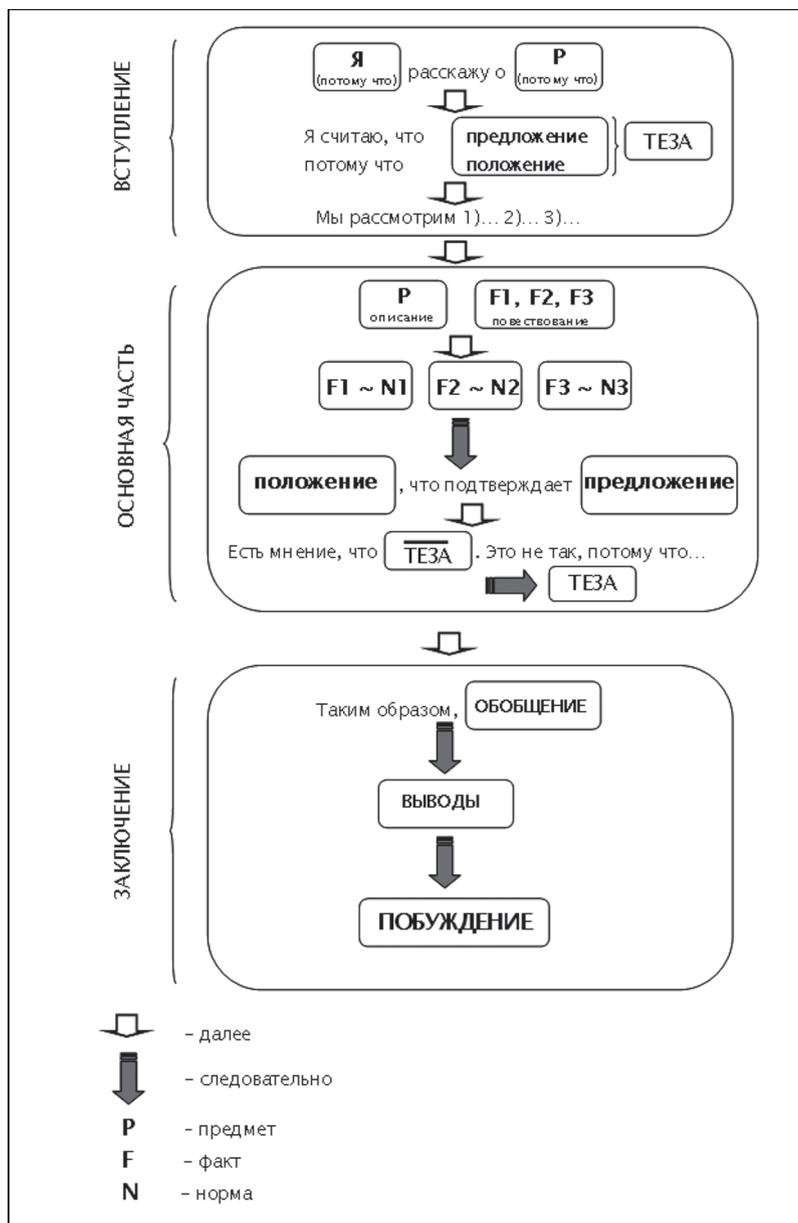
3) изложив факты, обосновав предложение и ясно сформулировав свою позицию, переходит к *опровержению несовместимого* – критике и опровержению высказываний и позиций, не совместимых с тезой (очень важно иметь в виду, что опровержение будет эффективным только в том случае, если четко определены предпосылки критики).

III. 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:



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 имеет **обоснование**.

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 вопреки чему-то.

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

Для того чтобы обоснование было целесообразным, 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 существенное: 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 *диалектически* – 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 не стоит критиковать, в частности, ее цели или квалификацию. Наоборот, ритору необходимо апеллировать к тем целям, которые его с аудиторией объединяют, хотя бы потому, что не считать их общими целями – 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 достаточно 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, ритор 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.

Вместе с тем 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, 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, ориентируясь не 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 похристиански «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.

б) 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, – она 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 ратора и его предложений – недостаточно.

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

Такое вступление целесообразно применять, если аудитория заранее настроена отрицательно или если ритор знает, 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.

Например, логика построения вступления с ораторской предосторожностью может быть такой:

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 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. 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*.

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 ритору.

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 переламывать настроение аудитории, а, наоборот, постараться стать «вождем» этого настроения.

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.

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.

Достаточно 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* разделение как отдельная часть 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 речи.

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

Разделение бывает 3 основных типов.

1. 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».

2. 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».

3. *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 ратора 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 кошковеды 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 деления 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 деление*, 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) деление 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 делении 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 – «как есть», а не как он изменялся (это задача повествования).

Для этого, с точки зрения формы необходимо делать упор на *существительные, прилагательные, обстоятельство 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 риторю нужно объяснить, что результаты проверок, проведенных пассивным СЗИ могут не повлиять на результаты попытки доступа пользователя к системе.

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

Прежде чем приступить к объяснению, нужно сформулировать, что именно мы объясняем: утверждение, что результаты проверок, проведенных пассивным СЗИ, могут 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 (да/нет) пассивное средство передает процессору ПК, в который оно установлено, и именно он, а не само СЗИ принимает решение о разрешении или запрете доступа. Активное же средство, напротив, принимает решение о разрешении или запрете доступа своим собственным ПО, расположенным в его процессоре и защищенным от изменения извне. Само по себе это объяснение достаточно, но оно может быть отнюдь не достаточно для данной конкретной аудитории.

Тогда этот факт следует привести к более понятном – о том, что в ПО компьютера, находящееся *вне* СЗИ, злоумышленником может быть установлена программа, перехватывающая результат проверки и передающая 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 тем же защищенным процессором устройства.

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: *почему* именно так происходит.

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 последовательном либо на параллельном расположении доводов:

$$D_1 \Rightarrow D_2 \Rightarrow D_3 \Rightarrow D_n \Rightarrow \text{Побуждение.}$$

При такой последовательности доводов побуждение очевидно вытекает из цепочки доводов, в свою очередь вытекающих друг из друга.

Или

$$\left. \begin{array}{l} D_1 \\ D_2 \\ D_3 \\ D_4 \end{array} \right\} \Rightarrow \text{Побуждение.}$$

При таком расположении доводов 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 аргументы⁶.

Помимо этого, обобщение целесообразно, если доводы расположены не параллельно, а последовательно, но при этом их *много* – тогда логику удержать

⁶ Если аудитория не подозрительная, а, наоборот, доверчивая и расположенная к ратору, то нагромождение аргументов произведет на нее очень хорошее впечатление, но лучше не рисковать.

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,
- *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 юридически значим, 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, в том числе и медицинского, но вряд ли – реализации своего предложения⁷.

⁷ В этом утверждении могу отчасти сослаться на собственный опыт: за одно из изложений в старших классах школы (о мужественном

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 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*

поступке Ивана Александровича, который, несмотря на преклонный возраст и сентиментальные воспоминания, связанные с липой, залез на дерево и отпилит ветки, заслонявшие солнце каким-то полезным посадкам), написанное мной в стиле былины, получила двойку, хотя с точки зрения соответствия жанру былин текст был практически безупречен.

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.

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:

- 1) просто *правильный язык* еще не является стилем;
- 2) не всякая особенная манера выражаться является стилем, а только *осознанно и комплексно сформированная*, целостная;
- 3) 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 ряд других.

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 – 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.

Они достигаются выполнением норм языка (правильность и чистота) и норм ведения речи (ясность, уместность, гармоничность).

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

Общие нормы современного русского языка:

- *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));

- *морфологические и словообразовательные* (образование мн. ч., производство одного слова от другого, использование правильных моделей словообразования: серверы, драйверы, 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.);

- *лексические* (нельзя преодолеть проблемы – только трудности, а проблемы – решить, разрешить или снять; задачу – решить, а на вопрос – ответить, предположение – высказать, а решение – предложить и т. д.);

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

- *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

городового» 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.

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, просторечными выражениями (то есть *любими 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 ратором 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.

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 *используются* все функциональные стили литературного языка.

Научный стиль

Научный функциональный стиль – это передача 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 факты 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:

1. термины и слова с абстрактным значением;
2. употребление преимущественно существительных и прилагательных;
3. составные предлоги (в присутствии, при наличии, в условиях и т. д.) и союзы (тогда и только тогда, если и только если и т. д.);
4. указательные элементы (данный, соответствующий, вышеназванный и т. д.);
5. преобладание именительного и родительного падежей (кто/что и кого/чего);
6. глаголы преимущественно в форме 3 лица настоящего времени (делает);
7. причастия, деепричастия, страдательный залог (имеющийся, являясь, рассматриваемый, etc.);

8. сложный синтаксис;

9. знаки, значки, таблицы, схемы, графики;

И последнее – научному функциональному стилю *противопоказана оценочность*.

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:

1. чередование нейтрального слога и экспрессии;
2. чередование логического и образного;
3. чередование оценочного и доказательного;
4. экономия языковых средств (задача – изложить информацию быстро и доступно);
5. доходчивость и упрощенность;
6. побудительный характер;
7. полемичность;
8. диалогизация (то есть наличие «я» – автора и «вы» – публики);
9. сочетание канцелярских клише (нанести ущерб, состав правительства) с экспрессивными тропами (смерть вырвала из наших рядов, даже старожилы не припомнят и т. д.);
10. сочетание высокой и сниженной лексики;
11. активное использование композиции: заголовки, чередование повествования, описания и рассуждения, вставные эпизоды, цитирование;

12. общественно-политическая лексика и метафоризация разговорной и профессиональной лексики (*сколотить, увязывать, накладка, мобилизация резервов, финишная прямая, агония* и т. п.);

13. использование суффиксов -ость-, -ство-, -ние-, -ие-, -ация-, -изм-, -ист- (*общественность, справедливость, общество, непонимание, мероприятие, поляризация, монетизация, негативизм, капиталист*);

14. использование приставок меж-, лже-, все-, сверх-, обще-, анти- (*межгосударственный, лжедемократический, всемирный, сверхактуальный, общероссийский, антинародный*);

15. слова, пишущиеся через дефис (*общественно-политический, культурно-исторический, политико-культурные*);

16. использование страдательных причастий прошедшего времени (*ознаменованный, изготовлен, запущен*);

17. 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 применяется в ситуациях жестко регламентированного делового общения.

По основным сферам применения он делится на 3 типа:

- 1) канцелярский,
- 2) юридический,
- 3) 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. Делать это лучше всего, используя специальные справочники и руководства, поскольку неточное соблюдение установленной формы может поставить (и скорее всего поставит) под угрозу выполнение намеченной цели.

Требования к официально-деловому стилю: *стандартизация, точность и единообразие.*

Для официально-делового стиля характерны:

- 1) нейтральная лексика;
- 2) штампы;
- 3) специальная лексика (*надлежит, означенный*);
- 4) недопустимы устаревшие элементы (*ибо, таковой* и т. п.);
- 5) обозначение действий с помощью отглагольных существительных (*угон, побег, покупка, передача*);
- 6) причастия, деепричастия (*действующий, учившаяся*);
- 7) 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*);
- 8) отсутствие местоимений (*он, этот, такой*), потому что они не точные;
- 9) усложненность конструкций, сложноподчиненные предложения с союзами со значением причины, цели, следствия, условия;
- 10) сложные предлоги (*на предмет чего* и т. п.).

Обиходно-разговорный стиль

Обиходно-разговорный функциональный стиль используется 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 «*наэрна*») 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

1) 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);

2) 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*»);

3) разного рода «полупустые слова» («это дело», например, про алгоритм шифрования, «штука» и пр.);

4) 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 раз-

говорным 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 следить 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, ритору 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 *понял*, 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 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 →b →c →d...

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 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, даже 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 мобильным – он зависит 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 очень трудно психологически, 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 риторю 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 главной мысли речи.

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.

Примеры планов такого типа (печатные и рукописные) приведены 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.

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, 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 риторике 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 ритор 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:

1. голос, артикуляция, дыхание, интонации;
2. жесты, мимика, движение;
3. 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.

В большинстве случаев не следует выступать одетым слишком демократично, даже в том случае, если ритору очень идет так называемый свободный стиль в одежде («творческая личность» в свитере и шарфе или «современная молодежь» в брюках, которые на пару размеров велики) или прическе. 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. 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.

Продумывая свой внешний вид, однако, важно избегать штампов, быть органичным. Если стоит очень жаркая погода, не стоит непременно надевать шерстяной костюм и потеть, 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. 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 ратора хотелось бы сделать специальный акцент, – это то, что выглядеть совершенно нейтрально все же нежелательно. Внешний вид должен иметь характерные, присущие именно этому ратору черты, быть обращающим на себя внимание, поскольку впечатление от внешнего образа ратора, 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 ратора, 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 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 ратору в такой ситуации очень трудно сдерживать 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, «случайно попавшихся под руку» ратору, для моделирования объясняемого предмета. «Представим себе, что это – WinLogOn, а это – база данных пользователей... СЗИ запрашивает отсюда...» и т. п. Однако необходимо иметь в виду, что если для ратора 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 ратора 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 на самом деле, но слушать его лекции было захватывающе. Думается, что сложение таких вот легенд о публичных речах того или иного ратора – 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 ратора, присоединение.

ПРИЛОЖЕНИЕ

I. ЭТОС

Задание 1.

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 программу 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.

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 занято.

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

Коллеги! Как вы полагаете, от чего зависит наше отношение к человеку? Конечно от того, какой он человек, да? Ведь мы же не из тех, кто встречает по одежке, 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 произносятся «шо» и «звóнит»?

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 соба-ак нере-езанных...». 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 услышали.

Потому что слово – это дело. Потому что нам повезло жить в мире, где от нас зависит очень многое. 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.

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), 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 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 волоски, 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 18 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 выступление на КВН, посвященное теме «У нас так много общего», где участник команды говорил: «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, заброшенной 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 и уровня угроз, 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.

Мне трудно уверенно судить о том, насколько этот курс будет уместен в программе современной школы, но я искренне рассчитываю на поддержку – ну хотя бы военрука и завуча по воспитательной работе!

II. ПАФОС

Задание 2.

Проанализируйте приведенный отрывок статьи с точки зрения того, как в нем скомбинированы нисходящий и восходящий типы пафоса.

В. А. Конявский

ЗАЩИТИМ САМОЕ ДОРОГОЕ

Как-то захотелось собрать в одном месте описания самых на шумевших компьютерных преступлений. И вот уже написали мы два толстенных тома, а впереди маячит еще и третий. Ни конца ни края.

Но даже в этой массе есть те, которые выделяются. Вот несколько примеров из последних.

Ошибки информационных систем

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.

Вот вопросы, которые возникли на фоне инцидента.

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?

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, оттестировали вторую, а на ком же ответственность за их взаимодействие? Вот и оказалось у семи нянек дитя без глаза. 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. Я когда-то пытался освоить «зоопарк» средств защиты, пред-

лагаемый «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, можно лишь сократить количество таких инцидентов.

Что же делать?

Это самый понятный вопрос. 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.

Утечка баз данных

Какие только базы не воровали! Налоговые, телефонные, ГИБДД, таможенные, Пенсионного фонда, операторов мобильной связи, Центрального банка, etc. Кто-то проводил расследование и устранял причины. Кто-то списывал на смежников, кто-то вообще отказывался – не мои базы, и все!

И вот новая беда – украдены базы, содержащие сведения о заемщиках банков. Попали те, кто брал потребительские кредиты. И украденные базы предлагают купить банкам же! 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». Так и хочется продолжить – а жаль. Была бы настоящей – купили бы! Да и не только банки купили бы. И не только эти базы.

Вот и первая проблема – не стыдно купить краденое.

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. И вот с тех пор на мое имя по не моему адресу регулярно от различных мошенников приходят груды рекламного мусора и приглашений немедленно обогатиться. Так как этот адрес никогда и нигде более в ассоциации со мной не использовался, можно весьма обоснованно предположить, что не только телевидением занимается уважаемая организация, но еще и приторговывает персональными данными своих клиентов.

Это вторая сторона той же проблема – продавать тебе не принадлежащее тоже не стыдно.

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 *так многие* позволяют себе 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. А подумать не мешает – ведь даже при неполной, очень фрагментарной защите украсть информацию, не оставив следов – невозможно. 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.

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 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.

Жаль только, жить в эту пору прекрасную ...

Проблема авторских прав

С этим вообще интересно. 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 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.

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.

Не так давно мы разработали весьма надежную, на наш взгляд, систему защиты оптических дисков от несанкционированного воспроизведения. Пока индустрией звукозаписи она не востребована. 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?

Состояние системы технического регулирования

Через три года должно быть завершено создание новой системы технического регулирования. Перестанут работать ГОСТы, их заменят примерно 3000 технических регламентов. Технические регламенты принимаются Федеральным законом или Постановлением правительства. За прошедшие 4 года подготовлены единицы регламентов, ни один из них не

поступил в Госдуму, и только один принят Постановлением правительства. В этих условиях вопрос, будет ли своевременно создана новая система технического регулирования – становится риторическим. Нет, нет и нет. Что же получится? ГОСТы перестанут работать, техрегламенты не начнут. Страна превратится в свалку для некачественной продукции третьих стран. Вот такое вот регулирование.

<...>

(Целиком статья опубликована в журнале Connect! Мир связи. 2006. № 10 (октябрь). С. 32–36.)

III. ЛОГОС

1. Композиция

Задание 3.

А) Выделите в предложенной речи композиционные части.

Композиция

Утверждение о том, что у каждой речи есть начало, середина и конец – не так анекдотично, как невольюно 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 во времени. То есть у любого процесса, дела. «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. 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.

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.

Дело в том, что мы воспринимаем любой текст 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 определить, 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 Путина будет стоять моя, самая подлинная, подпись, будет ли такой указ законен? Конечно, но только в том случае, если я – Путин». 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 ратора 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.

2. Типы содержания речи.

В каждой из приведенных в качестве образца речей на одну и ту же тему преобладает один из типов содержания.

Попробуйте составить аналогичные речи на любую другую тему.

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. Здесь уже остается надеяться, что победит «система».

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

романтически 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 «игры» 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 докторá заключать договорá». 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 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 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 году в Польше был рассказ о том, что у яблочного сока там вкус – ЯБЛОКА. Или о том, что в 2000 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, что компьютеры станут такими, что технологией защиты информации на полном серьезе будут называть

в том числе и присоски на ноутбуке, чтобы со стола труднее стащить было.

Конечно, не думали они об этом не потому, что не могли 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 программу ICQ 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.

IV. ТОПОСЫ

Задание 4.

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.

V. ЛОГИКА

1. Объемы понятий

Задание 5.

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;

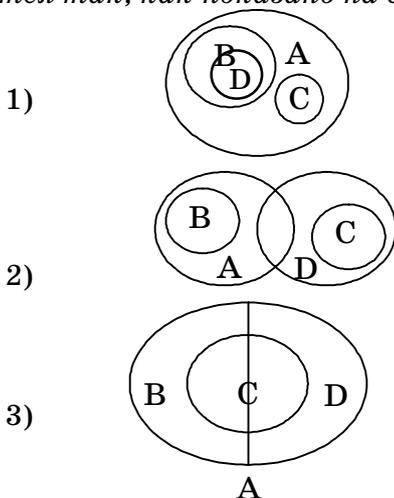
9) А – мать, В – дочь, С – сестра, D – племянница, Е – женщина;

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, Е – человек, знающий японский;

11) А – писатель, В – русский писатель, С – советский писатель, D – Горький, Е – русский дореволюционный писатель, F – Пелевин;

12) А – наличные деньги, В – бумажные деньги, С – монеты, D – фальшивые деньги, Е – наличные деньги, находящиеся в обращении, F – советские наличные 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.

2. Истинные и ложные суждения

Задание 6.

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.

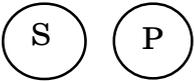
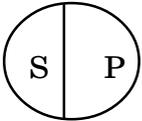
Пример:

S – человек, говорящий правду

P – отрицает, что он гусь



	SaP	SiP	SoP	SeP
	И	И	Л	Л

VI. ИЗОБРЕТЕНИЕ

Задание 7.

А) Используя предложенные пары понятий, составьте изобретение для речи по защите информации. Необходимо сформулировать предложение, положение и подобрать к ним топос.

Понятия:

- 1) отцы и дети,
- 2) преступление и наказание,
- 3) пространство и время.

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.

VII. РАСПОЛОЖЕНИЕ

Пример вступления с ораторской предосторожностью

Легенда: Публичное представление плана построения крупной ведомственной АИС (автоматизированной информационной системы), имеющей сложную и разветвленную структуру с множеством модулей и 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 руководителей и разработчиков проекта и привлеченных экспертов – специалистов-разработчиков и интеграторов.

Надо учитывать тот факт, что такой проект является результатом НИР и НИОКР, 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 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*, как мне кажется, спроектирована достаточно 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 проблему.

(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 АС.

(призываем к анализу вместо эмоций) Хорошо понятно, что, имея дело с уже построенной системой, мы можем только *дорабатывать* ее до необходимого уровня эффективности, зачастую безумно 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, их использование в системе должно быть, что немаловажно, экономически выгодно, и, разумеется, они не должны конфликтовать с ПО и аппаратурой, используемыми во всех остальных подсистемах, поскольку *RR* в целом предполагает функционирование СЗИ не локально, а на всех уровнях и во всех функциональных модулях.

Итак, в чем заключаются мои основные возражения...
(далее следует основная часть выступления, начинающаяся непосредственно с технической аргументации).

VIII. ВЫРАЖЕНИЕ

1) Регистры языка.

Задание 8.

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.

2) Функциональные стили (ФС) литературного языка.

Задание 9.

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, 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 это 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.

3) 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) аллегория 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*:

- *эналлага* – 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 ратора, 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;

- **отличение** – 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** – замена слова или оборота характеристикой, раскрывающей выделяемое значение;

- **оксюморон** – соединение слов с противоположным значением в словосочетание (*холодный обжигающий виски*);

- *градация* – постанoвка 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 ратора или авторитетной инстанции;

- *сообщение* – вопрос, обращенный ратором к аудитории, и ответ на него от лица аудитории или авторитетной инстанции;

- *заимословие* – речь, представляющая позицию авторитетного лица или самой аудитории, включенная в высказывание;

- *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.

IX. ПАМЯТЬ

Примеры оформления планов речей

1. Речь перед учениками 8-х классов, выбирающими спецкурс на год.

Коллеги, как вы полагаете, 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. – повезло жить в мире, – подумайте, как важно – Речь – это сильный инструмент – ответственность – интеллегенция – в своих руках – противопоставить – в дурных целях. – Конечно, важно – но разве – одному, – **ОСОЗНАННО** –? Поэтому если – то так – услышали – возможно кому-то достойно.

В Древнем Риме. – Все у нас получится.

2. *Надгробная речь, посвященная похоронам останков царской семьи.*

Х. 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
упражненьи,
Следует клетку грудную расширить слегка и при этом
Низ живота подобрать для опоры дыханью и звуку.
Плечи во время дыханья должны быть в покое,
недвижны.
Каждую строчку стихов говори на одном выдыханьи.
И последи, чтобы грудь не сжималась в течение речи,
Так как при выдохе движется только одна диафрагма.
Чтенье окончив строки, не спеши с переходом к
дальнейшей:
Выдержи паузу краткую в темпе стиха, в то же время
Воздух сдержи на мгновенье, затем уже чтенье
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 упражненья на темп, высоту и на
громкость,

Нужно вниманье направить на ровность, устойчивость
звуча:
Пристально слушать, чтоб голос нигде не дрожал, не
качался,
Выход веди экономно – с расчетом на целую строчку.
Собранность, звонкость, полетность, устойчивость,
медленность, плавность –
Вот что внимательным слухом сначала ищи в
упражненьи.

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, убыстряя 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 (*повт. 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–кряля 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.

ОТВЕТЫ И ОБРАЗЦЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ

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:

Один в поле не воин, но в то же время дружба – дружбой, а табачок – врозь.

Раскрываемая тема:

Система разграничения доступа пользователей к СВТ и информации внутри организации не может строиться исключительно на доверии к персоналу, но при этом работник не должен ощущать себя изолированным и парализованным тотальным контролем и запретом.

3. прекрасное и полезное

Топос:

Гармония – это единство формы и содержания (возможен вариант: «Горькое – не значит полезное»).

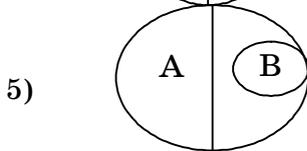
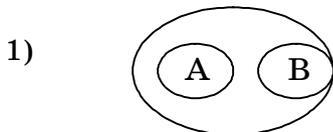
Раскрываемая тема:

Ради защищенности информации совершенно не обязательно жертвовать абсолютно всем – СЗИ должно повышать эффективность системы, а не создавать

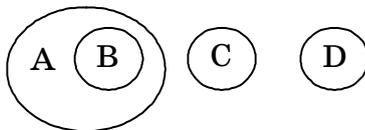
видимость защищенности за счет вынужденного усложнения работы персонала.

Задание 5. Ответы

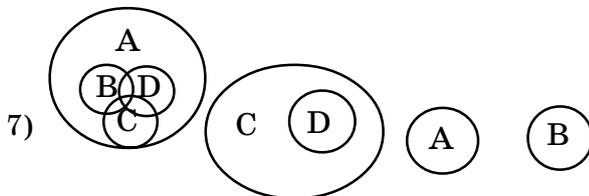
А) Схемы соотношения объемов понятий.

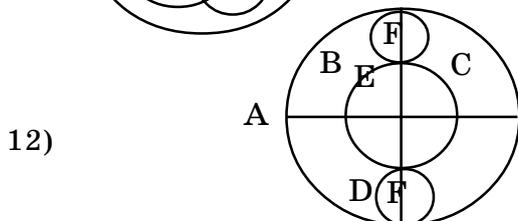
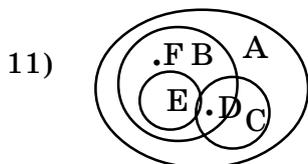
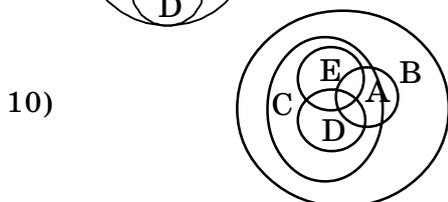
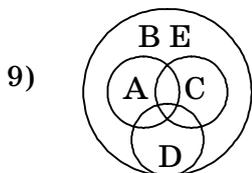
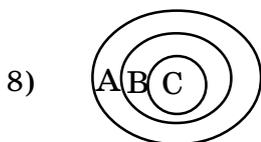


6) В зависимости от того, как определить понятие стакана, могут быть разные схемы. С и D стаканами в строгом смысле не являются, поэтому схема такова:



Если считать С и D – стаканами, то схема будет такой:



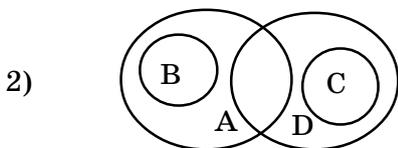


A – относится ко всей окружности, которая делится вдоль на B и C, а поперек – на D и остальное.

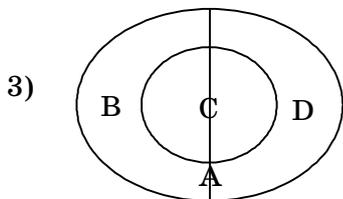
B) Понятия, объемы которых соотносятся так, как показано на следующих схемах:



A – мебель, B – мягкая мебель,
C – табуретка, D – диван



A – лед, B – вода, C –
жидкость, D – чай



A – картина, B – рисунок,
C – портрет, D – живопись

Задание 7а. Образец выполнения.

1. отцы и дети

Предложение (я заявляю, что): Все социально ответственные участники рынка информационной безопасности должны постараться сделать все возможное для того, чтобы переход с РД на «Общие критерии» в нашей стране прошел максимально безболезненно.

Положение (потому что): Этот переход недостаточно продуман и проработан и происходит во многом вопреки здравому смыслу и установленным срокам; но он происходит, а нам здесь жить и работать.

Топос (общее место): Развитие в нашей стране часто происходит через конфликт осторожных (возможно, слишком) отцов и рвущихся смело (возможно, слишком) вперед детей. Не всегда отцам удается вовремя объяснить, что «перед» – не там. Но такова жизнь, а жить – детям.

2. преступление и наказание

Предложение (я заявляю, что): До тех пор, пока уголовные наказания за компьютерные преступления остаются фактами единичных судебных удач или

образцами восточной тирании, вряд ли это явление может быть искоренимо.

Положение (потому что): Компьютерное преступление в сознании современного человека связано скорее с удалством или в лучшем случае – с дурным поступком, чем с деянием *противозаконным*.

Топос (общее место): Общество может считаться цивилизованным тогда, когда преступление и наказание в нем связаны не только религиозными представлениями, но и правовыми нормами и судебно-следственной практикой.

3. пространство и время

Предложение (я заявляю, что): В больших по объему системах, даже не очень структурно сложных, необходима автоматизация труда администратора безопасности информации.

Положение (потому что): Управление системой, занимающей большую площадь, требует от человека больших затрат времени, даже если сами процедуры управления просты и не требуют значительной квалификации.

Топос (общее место): В цифровой среде, в отличие от среды аналоговой, обработка и передача информации мало зависят от пространства и поэтому занимают существенно меньше времени.

Задание 7б. Образец выполнения.

4) аутсорсинг в защите информации

Предложение (я заявляю, что): Привлечение для обеспечения информационной безопасности профессионалов со стороны вместо создания собственного отдела, выполняющего эти функции, безусловно, возможно и разумно для небольших компаний, не работающих с критичной с точки зрения возможной

утечки информации, компаний, информационная система которых достаточно статична и не сложна, в остальных же случаях предпочтительнее собственная служба.

Положение (потому что): На ранних этапах развития бизнеса не все компании имели собственную бухгалтерию – было принято и нормально обращаться в специальные фирмы. Сейчас это делают только очень небольшие компании. Позже та же ситуация повторилась с юридическими отделами. Сейчас настала очередь защиты информации: всякий, чей бизнес начинает стоить достаточно дорого, предпочитает собственную бухгалтерию, собственного юриста и собственную службу защиты информации, потому что ему есть что терять.

Топос (общее место): История развивается по спирали.

5) нормативно-правовые аспекты информационной безопасности

Предложение (я заявляю, что): В отсутствие необходимой нормативной правовой базы, даже при наличии на рынке очень эффективных технических средств защиты информации, неизбежны крупные потери и злоупотребления.

Положение (потому что): При выборе СЗИ мы можем ориентироваться на рекламные материалы, на собственный опыт и анализ (если позволяют подготовка и осведомленность) или на требования нормативных документов, составленных на основе опыта и анализа заведомо подготовленных людей.

Топос (общее место): Цена обучения на собственных ошибках – слишком высока.

6) биометрия в защите информации

Предложение (я заявляю, что): Сами по себе биометрические данные информацию никак не

защищают. Их использование может усилить защитные свойства грамотно спроектированных устройств, но в то же время наличие биометрических механизмов может вызвать напрасное доверие к устройству ненадежному.

Положение (потому что): Принципиальное значение имеет не наличие или отсутствие в устройстве механизма работы с биометрическими данными, а то, как именно эти данные устройством используются.

Топос (общее место): Если на клетке со слоном увидишь надпись «буйвол» – не верь глазам своим.

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)

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, по сути говоря, он просто 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 знаками соответствия сертифицированной продукции и инспекционный контроль ее соответствия требованиям указанных в настоящем сертификате руководящих документов осуществляется испытательной лабораторией У.

По вопросам приобретения книги «Прикладная риторика для специалистов по защите информации» оптом или в розницу обращайтесь в редакционно-издательский сектор ВНИИПВТИ по телефону +7 (495) 235 7878 или e-mail: S_Konyavskaya@pvti.ru.

Также вниманию читателей представляем следующие издания:

Конявский В. А., Гадасин В. А. Основы понимания феномена электронного обмена информацией. Мн., 2004 (Библиотека журнала «УЗИ». Кн. 2).

Стрельцов А. А. Правовое обеспечение информационной безопасности России: теоретические и методологические основы. Мн., 2005 (Библиотека журнала «УЗИ». Кн. 3).

Бачило И. Л., Сергиенко Л. А., Кристальный Б. В., Арешев А. Г. Персональные данные в структуре информационных ресурсов. Основы правового регулирования. Мн., 2006.

Фролов Д. Б. Информационная геополитика и сеть Интернет. Мн., 2008 (Библиотека журнала «УЗИ». Кн. 4).

Иванов О. В., Конявский В. А., Чугринов А. В., Захаров Л. Н. Технологии применения программно-аппаратных комплексов средств защиты информации от несанкционированного доступа семейств АККОРД и ШИПКА. Лабораторный практикум. М., 2008.

Конявский В. А., Лопаткин С. В. Компьютерные преступления. В 2-х томах. М., 2006–2008.

Конявская Светлана Валерьевна

**Прикладная риторика для специалистов по
защите информации**

Корректоры: А. В. Духанина, Г. А. Потапова

Редактор: П. А. Белоусова

Верстка: Ю. А. Линькова, М. В. Данилова, И. В. Андрианова

Художник: О. В. Корытов

Подписано в печать 27. 02. 2008. Заказ № 583

Гарнитура «SchoolBookС»

Формат 60х84/16

Усл. печ. л. 13.

Тираж 750 экз.

Издательство РФК-Имидж Лаб
107076, Москва, Преображенская пл. 6/68.
Тел.: +7 (495) 964 26 37

Типография «Вишневый пирог»
115114, Москва, 2-й Кожевнический пер. 12.
Тел.: +7 (495) 255 70 60
www.cherrypie.ru