***Т. В. Игнатович (Минск)***

**ОСВОЕНИЕ СТУДЕНТАМИ-ФИЛОЛОГАМИ**

**СОВРЕМЕННЫХ ЗАКОНОВ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ**

Эффективность коммуникативного воздействия участников речевой ситуации обеспечивается знаниями современных законов речевого общения, которые основываются на законах классической риторики и принципах диалогизации речевого общения.

Современное информационное общество, предлагая новые технологические модели получения и передачи информации, обращается вновь к законам традиционной эффективной коммуникации, которые сохраняют свою актуальность и в условиях "технологической" структуры современных дискуссионных связей, обеспечивающих соотнесенность и адекватность информационного пополнения коммуникативных отношений.

Все четыре общериторических закона, которыми овладевают студенты в процессе изучения риторики, связаны между собой одной целью – необходимостью учета "фактора адресата" в речевой ситуации: речевое общение между ораторами и слушателями должно рассматриваться как взаимодействие равноправных участников, лиц активных и деятельных.

1. Первый и главный закон современной риторики – эффективное речевое общение возможно только при диалогическом взаимодействии участников речевой ситуации.

В процессе работы, направленной на формирование у студентов умений, необходимых для усвоения первого закона эффективного речевого общения, ‑ диалогического взаимодействия участников речевой ситуации – возникают вопросы психологического характера: как организовать и поддержать внимание слушателей; как устанавливается контакт между оратором и аудиторией; как протекает процесс передачи, усвоения и переработки информации; можно ли управлять этим процессом; в чем состоят социально-психологические особенности различных аудиторий и как грамотно их учитывать и др.

"Психологическая культура оратора, ‑ по утверждению Н. А. Михайличенко, ‑ заключается в выполнении требований, предъявляемых психологией и к содержанию речи, и к особенностям аудитории. Оратор должен обладать определенными знаниями как по общей, так и по социальной психологии, а также уметь на практике их использовать" [1, с. 55].

Решению вопросов, касающихся психологической культуры оратора, помогают знания, отражающие закономерность психической деятельности человека, усвоенные студентами-филологами в процессе изучения психологии. Понятие внимания является ключевым в психологии речевого общения. Однако устойчивость внимания зависит от объема и разнообразия информации, соответствия ее интересам аудитории, и, чтобы сформировать у студентов умение удерживать внимание слушателей, мы в практике обучения использовали разнообразные композиционные, коммуникативно-речевые и методические приемы. Например, широко известные:

1. риторические композиционные средства активизации внимания слушателей: интригующее начало (начальная пауза, которая необходима, чтобы сконцентрировать внимание аудитории, заинтересовать и подготовить ее к восприятию речи), оглашение и развертывание тезиса; вопросно-ответный ход рассуждения, контрастное сопоставление аргументов, экспрессивное заключение;
2. коммуникативно-речевые средства: использование литературных образцов, цитат, крылатых выражений, разностилевой, экспрессивной лексики, изобразительно-выразительных средств (тропов и стилистических фигур речи), возможностей интонации (изменений высоты голоса и темпа речи);
3. методические средства: выделение основных частей в тексте речи; полемический характер изложения; зрительный контакт с аудиторией; использование наглядности (таблиц, схем) и компьютерных средств; обращения к аудитории во время общения для возобновления внимания и др.

Приведем пример схемы взаимодействия оратора и аудитории (рис. 3), которые составляют студенты для использования в качестве средств подготовки выступлений.

Взаимодействие оратора и аудитории

**Аудитория**

**Оратор**

**Речь**

*обратная связь*

Средства воздействия оратора на аудиторию

**Паралингвистический**

**Кинетический**

**Лингвистический**

*поза, жесты*

*мимика, взгляд*

*язык*

*голос* (сила, высота, тембр, мелодичность)

*интонация, темп речи*

*паузы* (логические и психологические)

**Рисунок 3**

**Схема взаимодействия оратора и аудитории**

В процессе работы студенты усваивают, что ораторская речь, используемая в общении, ‑ это не тот заготовленный заранее текст, который отшлифован и отрепетирован оратором, а постоянная импровизация, учитывающая интересы и оратора, и аудитории, конкретную обстановку выступления и многие другие факторы.

2. Второй риторический закон общения требует, чтобы слушатель, знал уже в начале речи о конечной ее цели.

Способами создания движения речи являются ее структура, языковые средства (период, повтор тезиса, фразы и др.), индивидуальный речевой стиль, интонация, темп, ритм речи и др.

Современная и классическая риторика рекомендует оратору определить такую структуру речи, в которой переходы от одной смысловой части к другой создавали бы впечатление, что оратор движется вперед, не возвращаясь к тому, что уже сказано. В классической риторике были выработаны принципы построения и употребления в речи отдельной фразы, способствующей легкости ее восприятия. Аристотель называл фразу, которая "сама по себе имеет начало и конец и размеры которой легко обозреть, – периодом". Период, по убеждению Аристотеля, ‑ это форма организации речи, которая нужна, чтобы адресат "видел цель".

Главным теоретиком и практиком периода был Цицерон. Период, по Цицерону – основной способ придать прозаической речи ритм. Анализ речи Цицерона "Вторая речь против Катилины" помогает студентам увидеть, что период структурирован таким образом, что в начале фразы и говорящий, и слушающий чувствуют развитие и завершение основной мысли речи. Этому способствует интонационная законченность и замкнутость периода. Например: "Все, кто с давних пор изнывает под бременем долгов, кто частью по лености, частью вследствие плохого ведения дел, потерял под собой твердую почву, кому осточертели судебные приговоры, а также публикации о продаже с аукциона их имущества, ‑ все они в своем подавляющем большинстве из города и деревень, как слышно, двигаются в лагерь Катилины" (Цицерон. Вторая речь против Катилины).

Повтор как риторический прием также создает ощущение движения от одной части речи к другой; это повторение темы, общего тезиса речи, ключевых слов; повторы в начале или в конце речи и т. д. Кроме того, повторение слов, выражений, фраз способствует запоминанию речи и активизирует внимание слушателей.

3. Третий риторический закон речевого общения называется законом эмоциональности, который требует от говорящего умения произносить речь выразительно, экспрессивно, при этом соблюдать чувство меры: эмоции должны соответствовать характеру адресата и особенностям речевой ситуации.

Закон эмоциональности речи реализуется с помощью выразительных средств, основное место среди которых занимают сравнения (*примеры*), эпитеты (*примеры*), олицетворения (*примеры*), метафоры (примеры). Возможности выразительных средств (тропов и стилистических фигур) велики, они помогают глубже и полнее описать и проанализировать предмет речи. В воодушевляющих, развлекательных, а также призывающих к действию речах чаще, чем в речах других видов, используется эмоциональная лексика, отступления в построении предложений, поэтому в процессе работы над этими видами речей студентам предлагались разнообразные упражнения со следующими заданиями:

1. Соотнесите фигуры речи и их определения (таблица 1).

Таблица 1

**Речевые фигуры и их определения**

**для установления соответствий**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Анадиплозис** (стык) ‑ | а) использование одного слова дважды или трижды подряд. |
| 1. **Анафора** – | б) повторение слова или словосочетания в начале ряда предложений или их частей. |
| 1. **Климакс** (лестница) – | в) повторение слова или словосочетания в конце каждой части высказывания. |
| 1. **Кондупликация** (удвоение) – | г) фигура речи, сочетающая анафору и эпифору. |
| 1. **Полиптотон** (многопадежие) – | д) повторение части высказывания в его конце с целью подчеркнуть значение части. |
| 1. **Простой повтор** – | е) употребление слова несколько раз в разных падежах в одном высказывании. |
| 1. **Симплока** (сплетение) – | ж) повторение слов, находящихся в конце одной части высказывания, в начале его другой части. |
| 1. **Эпанадиплозис** (кольцо) – | з) употребление одного и того же слова в начале и в конце высказывания. |
| 1. **Эпифора** – | и) высказывание в виде цепи, в котором какое-то слово предыдущей части повторяется в следующей, и так несколько раз. |

1. Из перечня примеров подберите иллюстрации к терминам из задания 1.

Перечень примеров:

1. *Холодно, холодно в помещениях предприятия: как будто бы совсем не топят.*
2. *Рынок – это свобода предпринимательства, рынок – это изобилие товаров, рынок – это разнообразие интересов, рынок – это лучшая жизнь!*
3. *В аудиториях чисто, в кабинетах чисто, в коридорах чисто, везде чисто.*
4. *Какие книги больше всего читаются и раскупаются? Романы и повести. Какие книги пишут все наши литераторы, признанные и непризнанные? Романы и повести.*
5. *Неужели тебя не трогает, когда твоя мать обнимает твои колени, неужели тебя это не трогает?*
6. *Ты называешь его человеком, но будь он человек, ‑ не жаждал бы так жестоко жизни другого человека.*
7. *И вот наступает Новый год – год новых надежд и новых, пока ещё не известных событий.*
8. *Не любишь ты людей, даже детей своих не любишь.*
9. *Женам глава муж, а мужьям князь, а князьям Бог.*
10. Назовите троп, который использован при создании негативного образа общественно-политической обстановки:

*С другой стороны, надо признать, что в общественном смысле деятельность "Правды", "СР" и "Завтра" не совсем бесполезна: она катализирует накопившиеся в стране эмоциональные нечистоты. Конечно же, такая односторонность сантехнического сервиса возможна до определённой поры. Использование этой системы для подачи питьевой воды и позитивных идей не подходит* (метафора);

1. в изображении субъекта действия:

*Пекин, правда, в последние годы предпринял кое-какие шаги по выравниванию курса юаня, но пока не слишком большие* (метонимия)*.*

*Пресса Поднебесной высказывается ещё более определённо* (аллегория)*;*

1. для характеристики персонажей:

*Может быть, такая ситуация складывалась на протяжении многих лет, и вы стали закадычными врагами* (оксюморон*)*;

*Разношёрстная толпа студентов (*эпитет*);*

1. для выражения политкорректности:

*Известие, что жена настолько известного футболиста готовится стать матерью, буквально за день облетело всех фанатов (эвф*емизм*).*

*Насколько безрассудным нужно быть, чтобы прилюдно обвинить настолько влиятельного человека в глупости!* (эвфемизм)

1. Проанализируйте фрагмент текста. Какие средства усиления изобразительности использовал автор?

*"Да, конечно, разобраться в голосовом аппарате сложно. Да, конечно, заниматься своими голосовыми особенностями скучно. Но эту работу необходимо проделать каждому оратору…".*

1. Найдите метафоры в тексте. Измените предложения так, чтобы в них отсутствовали метафоры (общий смысл предложений сохраните). Сравните предложение с метафорой и предложите без метафоры. Сделайте вывод о функциях метафоры в тексте.

*"На это праздник не нужен билет. Кладите краюху хлеба в мешок, проголосуйте попутному грузовику, или садитесь в автобус, или велосипед седлайте, а лучше – пешком. Пораньше из дому, лучше с самой зарей. Тогда весь праздник – ваш. Вы увидите, как стягивает солнце туманное одеяло с реки, увидите росу на красных осиновых листьях, увидите, как добывает свой "хлеб" трудолюбивый дятел*". (В. Песков)

4. Четвертый риторический закон утверждает, что любое речевое общение, публичная речь оратора должна доставлять радость, приносить удовольствие слушателю.

Какие же специальные средства усваивают студенты в процессе работы над этим риторическим законом речевого общения? Это "игровые" фигуры речи, ирония, юмор, поэтические и прозаические цитаты, афоризмы, шутки и т.д. Выбор риторического средства для включения его в контекст речи по определенной теме зависит от особенностей речевой ситуации (кто ее участники, каковы отношения между ими, о каком предмете идет речь); личностных особенностей говорящего (темперамент, характер); коммуникативных традиций (близость, отстраненность). Например, ирония ‑ слово в контексте речи приобретает смысл, противоположный своему буквальному значению и звучит насмешливо. Этот прием не только обостряет интерес слушателей, но и является эффективным средством убеждения. Цитаты, крылатые выражения должны включаться в контекст речи в таком объеме, чтобы была сохранена мысль их автора. Есть примеры, когда оратор, желая любыми средствами придать своим идеям авторитет и значение, выдергивает из текста знаменитых людей фразу. В контексте эта фраза имеет один смысл, без контекста имеет противоположный. К примеру, характеризуя героя речи и не находя собственных слов, автор присваивает себе слова известного автора: "Тот, кому посвящается моя речь, любит быть популярным, это его счастье, но он хочет быть полезным, это его долг". Высказывание же принадлежит французскому писателю Виктору Гюго и звучит следующим образом: "Я люблю быть популярным, это счастье, но я хочу быть полезным, это долг". Поэтому, чтобы в речи не было таких неточностей, студентов нужно предупреждать о возможных проблемах, например, предлагать для работы различные упражнения, целью которых является выявление тех основных языковых средств, от соблюдения которых зависит качество речи: точное словоупотребление, правильное и необходимое использование языковых средств выразительности (лексико-семантические фигуры (сравнение, каламбур и др.), лексико-синтаксические фигуры (параллелизм, градация, анафора и др.), тропы (метафора, антитеза, метонимия, эпитет, гипербола и др.). Все перечисленные фигуры и тропы способствуют риторическому обогащению речи, помогают доставлять радость, приносить удовольствие слушателям.

В заключение еще раз заметим, что все четыре общериторических закона связаны между собой одной целью – необходимостью учитывать "фактор адресата".

***Литература***

1.*Михайличенко, Н. А.* Риторика: учеб. пособие для учащихся гимназий, лицеев и школ гуманитарного профиля. – М.: Нов. школа, 1994.