

бует немалых усилий, так как умение найти интересный, оригинальный материал, правильно структурировать его и преподнести аудитории – это творческий процесс, с которым вам уже под силу справиться.

Литература: 1. Культура русской речи : учебник для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. — М. : Издательская группа НОРМА – ИНФРА-М, 1999. — 560 с. 2. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — Режим доступа : <http://www.ozhegov.org>. 3. Введенская Л. А. Культура и искусство речи / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. — Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. — 576 с. 4. Седова Л. Н. Этика делового общения : учебн. пособ. Ч. 1. — Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. — 384 с.

*Стаття надійшла до редакції
21.05.2010 р.*

УДК 808.53

Жураковская А. В.

ТАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ЧЕРНОЙ РИТОРИКИ В ВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Посвящено изучению понятия "черная риторика" и анализу существующей литературы по данной теме, рассмотрены существующие модели поведения, типичные ошибки.

Анотація. Присвячено дослідженню поняття "чорна риторика" та аналізу існуючої літератури з приводу цієї теми, розглянуто існуючі моделі поведінки, типові помилки.

Annotation. The article is devoted to studying the concept of "black rhetoric" and to analysis of existing literature on the topic; existing models of behavior and typical errors are studied.

Ключевые слова: черная риторика, риторика, диалектика, эристика, рабулистика, оратор, выступление.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью достойно выглядеть в глазах других людей, захватывать новые позиции, отстаивать текущие, одерживать верх в процессе коммуникации.

Объектом исследования является черная риторика как демагогическое и манипулирующее средство коммуникации.

Предметом изучения является непосредственно тактика применения черной риторики в процессе коммуникации.

При конкретизации темы исследования можно выделить следующие цели и задачи: разобраться в теоретических аспектах понятия "черная риторика", проанализировать существующую литературу по данной теме, осветить существующие модели поведения, основные ошибки и пути их решения.

Выступления и участие в дискуссиях перед малыми или большими группами слушателей – все это случаи прояв-

ления индивидуального искусства оратора. Тот, кому удается установить непосредственный контакт с публикой, поднимается над средним уровнем и находит себе слушателей.

При этом в центре внимания всегда находится личность оратора. Ярko выраженная индивидуальность, личные достоинства, а также незаурядные творческие задатки являются неперемennыми предпосылками для формирования и проявления самостоятельного, но в то же время убедительного речевого поведения.

Модель НЛП, данные многочисленных опросов и опыт подготовки ораторов, накопленный за годы ведения специального семинара, обеспечили условия для выработки нового подхода к раскрытию личных способностей учащихся, новых путей достижения высшей цели оратора – построить речь на основе глубоких личных переживаний, прочувствованно донести ее содержание до каждого слушателя, и, наконец, пережить миг общения с аудиторией как свое наивысшее личное достижение [1].

В жизни есть ситуации, где главная задача – достойно выглядеть в глазах других людей, отстоять свои позиции, а когда-то – захватить новые. Нередки ситуации, когда необходимо противостоять запрещенным приемам на переговорах и в конфронтации. Бывают ситуации, когда не хватает слов для квалифицированного и красивого ответа оппоненту.

Есть ситуации, когда необходимо мудро и содержательно вести диалог с оппонентом. И все это не всегда возможно сделать в "белых перчатках", здесь другие правила и свои "запрещенные приемы".

Важность риторики для общественно-политических деятелей, которым постоянно требуется убеждать людей принять то или иное решение, сознавали еще древние греки. Они же изобрели так называемую черную риторику, или как тогда ее называли – схоластику, то есть умение манипулировать людьми в своих целях, убеждая их с помощью нечестных приемов, уловок и подтасовок, принять свою точку зрения.

В наше время знание всех этих приемов просто необходимо любому политику, научному и общественному деятелям, бизнесмену или менеджеру, которому в силу профессиональных обязанностей приходится устанавливать контакты с самыми разными людьми.

Черная риторика – волшебное демагогическое средство, позволяющее внушать иную точку зрения оппоненту, разрешать противоречия, создавать основу для взаимопонимания, целеустремленно дискутировать с любым собеседником – даже с тем, с кем трудно найти общий язык.

Черная риторика – это манипулирование всеми необходимыми риторическими, диалектическими, эристическими и рабулистическими приемами для того, чтобы направлять беседу в желаемое русло и подводить оппонента и публику к желательному для нас заключению и результату [1].

В свое время Адольф Гитлер в книге "Mein Kampf" написал: "Фактором, который приводил в движение великие исторические лавины как религиозного, так и политического характера, испокон веков была магическая сила устного слова. Прежде всего, широкие массы народа подчиняются той огромной мощи, которая заключена в живой речи, и все великие движения есть народные движения, вулканические извержения человеческих страстей и душевных переживаний. Их вызывают к жизни суровая богиня нужда или пламенная сила слова, и они не имеют ничего общего с лимонадными изливаниями эстетствующих литералов и салонных героев". Анализируя это, можно сделать вывод, что сила слова очевидна. Однако, мораль и нравственность выше и этого забывать не стоит.

В современных публикациях, посвященных искусству публичной речи и умению проводить презентации, ключевой фигурой является человек говорящий – оратор. Часто для описания его поведения и действий используются метафорические определения.

По мнению Поля Сопера, *оратор*, прежде всего – *интересный собеседник*, который должен искренне общаться с аудиторией, а не пытаться выступать перед ней. Хорошая речь требует тщательной подготовки. *Оратор* – это *актер сцены*, именно поэтому необходимо много репетировать, учить, отрабатывать каждую строчку, реплику и невербальные движения. Очень часто неопытные ораторы или молодые преподаватели оправдываются отсутствием навыков публичного выступления и уподобляются начинающему *музыканту*: "желающий учиться игре на музыкальном инструменте сначала извлекает из него какой-то скрежет" [2]. Такая аналогия позволяет осознать, что для достижения результата необходимо приложить много усилий. Хорошо подготовленный к выступлению оратор знает, что "Футболист борется с нервным возбуждением перед началом игры энергичной разминкой. Действуйте подобным же образом: не бойтесь приступить сразу к делу" [2]. Этот метафорический совет учит пользоваться своим физическим и моральным подъемом для лучшего выполнения поставленной задачи – завоевать аудиторию. Уподобление оратора *полководцу* обращает внимание выступающего на необходимость продуманного выбора стратегий и тактик и умение пленить слушателей или сделать своими союзниками. Для победы над аудиторией, по мнению Поля Сопера, "необходимо создавать ощущение упорядоченного поступательного движения" [2], то есть развивать захваченную инициативу.

В обзорной статье Э. В. Будаева, А. П. Чудинова аналитически исследуются зарубежные публикации о функционировании метафоры в педагогическом дискурсе. Авторы статьи со ссылкой на работы Осборна, описывают три метафоры, которые возможно использовать при обучении публичной речи. Авторы предлагают ораторам представлять в образе *альпиниста, архитектора или ткача*. Метафора *альпиниста* призвана обозначить препятствия, с которыми сталкивается начинающий оратор [3]. Основной смысл метафоры *архитектор* заключается в формировании представления о том, что "...необходимо изменять окружающий мир в соответствии с нашими целями и потребностями, привносить порядок и целесообразность в окружающий нас хаос". Третья метафора *ткач* учит искусству вплетения символов в ткань выступления, а фактов – в гобелен веских аргументов.

Ник Морган, один из ведущих спичрайтеров в мире, известен как автор речей для политических деятелей и руководителей корпораций Fortune 50, предлагает метафору *оратор* – это *опытный путешественник*. По его мнению, сюжет в жанре приключения действует безотказно в любых аудиториях. Ценности, лежащие в основе приключенческого сюжета – это смелость, решительность, удача перед лицом непреодолимых на первый взгляд обстоятельств и финальное торжество героя. Призыв "вперед, в путешествие" является названием одной из глав книги Ника Моргана. Метафора *путешественник* указывает на необходимость четко обозначать цель. Намеченный путь будет успешно пройден лишь в том случае, когда оратор будет держать своих слушателей в поле зрения, учитывать их потребности и постоянно интересоваться, каково им в этом путешествии. Далее Морган приводит список вопросов, которые опытный проводник обязательно задаст, чтобы учесть эмоциональное, интеллектуальное и физическое состояние своих спутников. "Стоит представить себя в роли человека, заботливо ведущего аудиторию в нужном направлении, а не адвоката, выступающего

с финальной речью перед присяжными" [4]. Метафора *опытный путешественник* подчеркивает взаимосвязь оратора и публики, помогает описать подход, в центре которого находится аудитория; учит постоянно помнить о том, кого и куда вы ведете. Например: "Представьте себе путь, в который собираетесь взять аудиторию (от пункта "почему" в пункт "как")" [4]; "слушателям надо дать ориентиры" [4]; "ваша задача бросить аудиторию в долину отчаяния, прежде чем вознести на горы надежды" [4], "нет ничего более удручающего, чем оратор, заблудившийся в лесу внутреннего смятения и не представляющий, как из него выбраться" и т. д. На развитии этой метафоры построен весь текст книги Ника Моргана "Ораторское искусство".

Все практические советы логически вытекают из удачно найденной метафоры. Выступающий, размышляя о себе в образе путешественника, имеет возможность почувствовать себя опытным, знающим, сильным и перестать видеть в аудитории устрашающую безликую массу.

Ник Морган использует также распространённое метафорическое представление оратора как *актера* и призывает быть собственным хореографом и "сделать вашу пластику безупречной" [4], "устроить настоящий театр, начинающийся с хорошего освещения и звука и с историей, которая уведет нас в волшебное королевство" [4]. Актерствовать нужно для того, чтобы удержать внимание аудитории. Употребляются метафоры "арена публичных выступлений", "генеральная репетиция", "сценография". Театральная метафора акцентирует важность этапа произнесения речи.

Карстен Бредмайер, автор книг "Черная риторика: власть и магия слова", "Искусство словесной атаки" считает современную риторику агрессивной и пользуется метафорой *оратор* – это *воин*. Соответственно, говорящий должен распознать "убийственные фразы", предотвратить "удары ниже пояса" и уметь достойно на них ответить. Оратору необходимо быть во всеоружии, ведь "партизаны словесных войн успели превратиться в снайперов" [1], а "вербальные мины, приправлены словами, по действию сравнимыми с мышьяком" [1]. К тому же мешает "дымовая завеса коммуникации" [1], а "меткие ответы подобны точным уколам рапиры", и в итоге "коммуникативная петля затянута" [1] и "вербальная перестрелка" проиграна. Нарушители военных правил, ораторы, владеющие черной риторикой, "ведут междоусобные войны", "разрушают при помощи убийственных фраз или мотивов старые, проверенные мосты", "вероломно объединяются с другими партнерами, разрывают и заключают соглашения, находят новых союзников" [1]. Таким образом, в книгах доктора Карстена Бредмайера – ведущего консультанта в области коммуникативной техники для всей немецкоговорящей Европы, создается образ оратора-воина, умеющего профессионально реагировать на вербальные (в том числе и запрещенные) удары.

С подачи Радислава Гандапаса (самого популярного тренера по риторике в России по версии проекта trainings.ru) публичное выступление превращается в обращение аудитории – женщины. Книга этого автора и называется соответственно "Камасутра для оратора".

Гендерная аналогия (*оратор* и аудитория – это *мужчина* и женщина) успешно развивается и умело переносится на многие аспекты публичной речи.

Первый постулат: важно не столько овладеть приемом воздействия на публику, сколько научиться получать максимальное удовольствие от собственных публичных выступлений.

Второй основополагающий тезис книги: оратор выступает с аудиторией в своеобразную "интимную" связь, в которой он выступает с позиции мужчины (независимо от биологического пола), а аудитория с позиции женщи-

ны. Взаимодействуют активное и пассивное начало, воздействующее и воспринимающее, инь и ян. Значительное число примеров подтверждает право этой метафоры на существование: "Чтобы убедить публику, нужно сначала ей понравиться, желателен сделать комплимент. После этого она воспримет информацию гораздо благосклоннее" [5]; во время выступления очень важен зрительный контакт, когда "мы пристально смотрим красотке прямо в глаза" [5]; композиция речи похожа на композицию интимной связи с прелюдией, постепенным нарастанием эмоционального накала, за которым следует кульминация, и прощальными ласками: "Публику можно очаровать. Публику можно соблазнить. Публику можно изнасиловать. Разве нет? Публику можно влюбить в себя. И еще: в нее можно влюбиться" [5]. По мнению Радислава, у публики женская психология и логика предпочтений. Все, что срывает в отношениях мужчина – женщина, срывает и в отношениях оратор – публика.

Сергей Ребрик учит публику не соблазнять, а побеждать, используя для этого метафору *оратор* – это *снайпер*. На прицеле, естественно, следует держать аудиторию, чтобы попасть в яблочко, поразить слушателей и завладеть их вниманием и эмоциями. "Презентатор во время выступления должен быть внутренне сильнее любого из активных слушателей" [6].

Кроме того, профессиональный оратор – это *сценарист* и *режиссер*. Опытные ораторы говорят, что в сценарии необходимо прописать ключевые слова и фразы, задающие направление развития мысли и лишь затем приступить к постановочному этапу подготовки речи: выбрать технические средства, позаботиться о демонстрационных материалах, отработать мимику и жесты, обратив особое внимание на зрительный контакт и движения рук, продумать позы и перемещения. И, конечно, *оратор-режиссер* умеет правильно распределять роли и находиться в разных амплуа – оптимиста или пессимиста, наблюдателя или предпринимателя.

С помощью метафор общеизвестные мысли облекаются в новые формы. Прагматика подобных метафор разнообразна. Они помогают, во-первых, справиться с волнением и высокой степенью неизвестности; во-вторых, выбрать правильную стратегию поведения; в-третьих, почувствовать свою власть над аудиторией и умение управлять вниманием публики, одним словом, сделать публичное выступление более эффективным.

Итак, в руководствах по искусству речи, написанных отечественными и зарубежными авторами, *оратор* это *воин*, *снайпер*, *полководец*, *актер*, *музыкант*, *архитектор*, *сценарист*, *режиссер*, *спортсмен*, *путешественник*, *альпинист*, *мужчина*. Театральные, военные и спортивные метафоры, по мнению их авторов, помогут выступающему перестать чувствовать себя кроликом перед удавом-аудиторией, более того, суметь представить сидящих в зале милыми кроликами, с просвечивающими ушками; осознать силу ораторского искусства, возможность вести за собой людей одним только словом и завоевывать публику.

Прагматика метафоры – одно из направлений анализа метафорических словоупотреблений. И, безусловно, перспективным с этой точки зрения представляется анализ школьных и вузовских учебников по риторике и культуре речи, дающий возможность выявить, идеальный, по мнению специалистов, образ современного оратора и узнать, какие метафоры воздействуют на сознание учащихся и студентов.

/ П. Сопер. – Ростов-на-Дону, 2005. – 448 с. 3. Будаев Э. В. Метафора в педагогическом дискурсе: современные зарубежные исследования / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. (1) 21. – С. 69–75. 4. Морган Н. Ораторское искусство / Н. Морган. – М. : Вершина, 2005. – 240 с. 5. Гандапас Р. Презентационный конструктор / Р. Гандапас. – М., 2006. – 178 с. 6. Ребрик С. Презентация: 10 уроков / С. Ребрик. – М. : Эксмо, 2005. – 200 с. 7. Бредемайер К. Искусство словесной атаки / К. Бредемайер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 187 с. 8. Гандапас Р. Камасутра для оратора. Десять глав о том, как получать и доставлять максимальное удовольствие, выступая публично / Р. Гандапас. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2007. – 272 с.

Стаття надійшла до редакції
21.05.2010 р.

УДК 808.51:005.57

Мандзюк М. М.

ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО І МИСТЕЦТВО КРАСНОМОВСТВА ТА ЇХ РОЛЬ У ПОКРАЩЕННІ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто важливість передачі інформації засобами усної комунікації. Окреслено поняття інформації, синтезовано визначення поняття комунікації. Описано глибоку роль володіння ораторським мистецтвом та мистецтвом красномовства для суб'єктів комунікації з метою підвищення ефективності комунікаційного процесу на підприємстві.

Аннотация. Рассмотрено важность передачи информации средствами устной коммуникации. Дано понятие информации, синтезировано определение понятия коммуникации. Описана глубокая роль владения ораторским искусством и искусством красноречия для субъектов коммуникации с целью повышения эффективности коммуникативного процесса на предприятии.

Annotation. The importance of information transferring by means of oral communication is described. The concept of information is given, definitions of communication are synthesized. The profound role of the art of oratorical skill and eloquence skill for the subjects of communication to improve the communication process in the enterprise are studied.

Ключові слова: інформація, комунікації, комунікаційний процес, ораторське мистецтво, красномовство, мистецтво.

Мистецтво – високий, можливо навіть найвищий ступінь уміння, майстерності в будь-якій сфері людської діяльності: у літературі, економіці, музиці, архітектурі, менеджменті, але мистецтво людського спілкування – особливо складна й досить відповідальна сфера буття. Слово має безмежну владу над людиною і над суспільством. Лише пізніше, у зрілі роки, ми починаємо розуміти,