

Авессалом Подводный

# ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО



«Акварин»

Москва  
2010

ББК Ю9 88

П44

П44 Авессалом Подводный «Ораторское искусство».  
Москва, «Аквамарин», 2010 г. – 238 стр.

О чем должен думать оратор при подготовке речи?

Какие бывают слушатели?

В какую позицию ставит себя оратор?

Какими техниками должен владеть оратор?

Что оратор должен всегда иметь в виду?

Как следует отвечать на вопросы слушателей?

Как правильно начать и завершить речь?

## Оглавление

Введение.....	3
<i>Глава 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ РИТОРИКИ.....</i>	<i>5</i>
Немного истории.....	5
О чем должен помнить оратор? .....	6
Риторические образы и их аспекты.....	13
Ораторский риторический образ.....	15
Групповой риторический образ.....	26
Индивидуальный риторический образ.....	39
<i>Глава 2. ОСНОВА ВЫСТУПЛЕНИЯ.....</i>	<i>60</i>
Тема речи и вопросы к теме.....	60
Пафос речи и личные цели оратора.....	66
Позиция, роль, функция и обязательства оратора.....	73
Метафорический образ выступления.....	83
Логос речи.....	88
Топы.....	92
Риторическая пирамида.....	96
Флаг оратора.....	117
Опоры оратора.....	122
<i>Глава 3. ТЕХНИКА ВЫСТУПЛЕНИЯ.....</i>	<i>126</i>
Предварительные замечания.....	126
Интонационные аспекты речи.....	130
Мимика, жесты и пластика.....	134
Паузы.....	140
Риторический цикл.....	149
Взор оратора.....	157
Специальные ораторские техники.....	163
Начало речи.....	213
Завершение речи.....	218
Ответы на вопросы.....	220
Заключение.....	226
Словарь терминов.....	228



## Введение

Ораторское искусство подобно кулинарии. Великих поваров мало, их (и особенно их изделия) высоко ценят, их рецепты входят в моду и тиражируются. Но каждый человек регулярно оказывается в ситуации, когда он должен что-то приготовить – хотя бы заварить чай, а некоторым приходится готовить пищу ежедневно, и не только для себя. От такого человека не требуется особая кулинарная одаренность, но от его кулинарной квалификации зависит очень многое – например, смягчение психологической обстановки в семье.

То же и с ораторским искусством. Великих ораторов мало, но каждый человек регулярно оказывается в положении, когда ему надо произнести речь – хотя бы перед своими близкими, или перед друзьями, или перед сотрудниками, – и они его готовы выслушать, но готов ли он выступить перед ними? Умеет ли он воспользоваться ситуацией общего внимания и адекватно ею распорядиться? И в парных отношениях любому человеку приходится время от времени просить партнера его выслушать, чтобы перед ним выступить – ага! – с речью, в которой этот человек попытается донести до партнера нечто, важное для обоих.

Просто разговаривать в бытовых ситуациях и выступать с речью перед аудиторией (пусть даже состоящей из одного-единственного человека!) – совершенно разные занятия. Речь предполагает высокую ответственность человека перед аудиторией и большую власть над ней, и у многих людей выступление сопровождается сильным изменением сознания, когда многие способности человека исчезают, но некоторые, наоборот, усиливаются – но это надо узнать о себе и научиться этим пользоваться. Поэто-

му страх или нервозность перед выступлением – вполне естественное состояние для неопытного оратора; опытный и умелый оратор умеет справиться с этим состоянием и превратить хаотичную энергию, идущую от будущих слушателей, в топливо для своего выступления, но это умение приходит со временем и практикой; и без некоторого волнения перед своей речью не обходится почти никто.

В этой книге автор делится с читателем своими мыслями и упражнениями по ораторскому искусству, которые будут полезны начинающему оратору и которые (автор надеется) окажутся в какой-то своей части интересны оратору опытному. Автор имеет большой опыт выступлений перед публикой на серьезные темы, но эта книга написана не о том, что автор сам умеет делать, а о том, что он считает для оратора полезным иметь в виду, знать и уметь.

*Per aspera ad astra* («Через тернии – к звездам» – лат.).

## Глава 1

# ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ РИТОРИКИ

### Немного истории

**Риторика** – искусство устной речи, произносимой перед аудиторией, и к нам оно пришло из поздней греческой античности, в первую очередь – от Аристотеля (см. например книгу «Поэтика. Риторика», «Азбука-классика», 2008) и Платона. Популярное изложение античной риторики можно найти в книге Ю. В. Рождественского «Теория риторики» («Добросвет», 1997).

Греки различали две разновидности риторики: *ораторика* и *гомилетика*.

**Ораторика** – это искусство публичной речи, однократно произносимой перед данной аудиторией.

**Гомилетика** – искусство проведения цикла выступлений для одной и той же аудитории. В христианские времена под гомилетикой обычно понимали искусство чтения цикла церковных проповедей, включающих в себя толкование священного писания

Основными понятиями античной риторики являлись *этнос*, *пафос*, *логос* и *топ*.

**Этнос** (англ. *ethos*) – это общий для оратора и его аудитории смысловой контекст, то есть разделяемая оратором и его слушателями система понятий, в том числе ценностей, убеждений, позиций, и выражающих их слов. Как синонимы термина «этнос» иногда используются «этические ценности», «менталитет» и «парадигма».

**Пафос** – это намерение или замысел (скрытый или

открытый) оратора в отношении публики, то есть цель его речи.

**Логос** – словесные средства, используемые при произнесении речи.

**Топ** – это «общее место», то есть общепринятое убеждение, позиция и т. п., которое разделяется оратором и его аудиторией и не подвергается сомнению в рамках этого речи.

Аристотель видел основную задачу риторики в убеждении аудитории, и противопоставлял риторику поэзии, чью основную задачу он видел в подражании реальности, а точнее – в символическом ее воплощении в словах и образах.

Дальнейшую разработку риторика нашла в системе Марка Фабия Квинтилиана (I век нашей эры). Квинтилиан рассматривал в качестве основы речи четыре основных аспекта: изобретение (речи), расположение (разработка основной темы речи), словесное наполнение речи (*элокуция*) и исполнение речи (*элоквенция*). Развертывание речи по Квинтилиану предусматривает восемь этапов (частей) речи: это обращение (к аудитории), именование (темы), повествование, описание, доказательство, опровержение, воззвание, заключение (см. упомянутую выше «Теорию риторики», с. 166 и далее).

Представления о риторике, сложившиеся к концу XX века, можно найти, например, в книге Поля Л. Сопера «Основы искусства речи» («Прогресс-академия», 1992).

## **О чем должен помнить оратор?**

**Публика чувствует все.** Но это не значит, что она правильно понимает и интерпретирует увиденное и услышанное. Среди слушателей будут талантливые наблюдатели, которые в совокупности увидят, услышат, заметят, почувствуют все подробности, сильные и слабые места оратора и его выступления – но это не значит, что он



должен быть идеален. Он должен иметь, что донести до аудитории, и должен постараться сделать максимум возможного, чтобы это получилось хорошо. У выступающего перед публикой могут быть проблемы, слабые места, незнание чего-либо – но даже и это умелый оратор иногда может обратить на пользу своего выступления.

#### **Что любит и чего не любит слушатель?**

Парадокс или загадка – необходимые элементы выступления. Иначе слушатель начинает скучать.

Хороший оратор подводит слушателя к определенной мысли или умонастроению, и убеждение прямыми аргументами – не единственный и часто не лучший способ для этого. Лучше, если слушатель догадается сам, или, по крайней мере, если ему будет так казаться! Отсюда – метафоры, сравнения, многозначительные паузы и умолчания, иносказания вместо прямого формулирования пафоса речи, свойственные многим хорошим ораторам.

Слушатели ценят смелость, но не наглость; последняя – знак неуважения к аудитории. Например, не стоит с презрением в голосе говорить залу: «Да вы взгляните на самих себя!» – контакта с аудиторией это не прибавит.

#### *Слушатель любит:*

- опираться на общую платформу (известные ему мнения, суждения, понятия, рамки);
- слышать что-либо необычное, смелое, парадоксальное, удивительное, выходящее за рамки;
- временно входить в недоумение, но затем выходить из него обратно;
- догадываться сам по «тонким» моментам, намекам и т. п.;
- идентифицироваться с предлагаемыми оратором различными типами, разрядами классификации и т. п.;
- чтобы ему «снесли крышу», но затем поставили ее на место.

#### *Слушатель не любит:*

- пустой болтовни;

- неуместных эмоций оратора;
- плохих примеров, особенно из личной жизни оратора;
- наглости;
- неуважения к аудитории;
- когда ему откровенно морочат голову;
- нудности, серости, тривиальности изложения;
- клоунады по серьезным для себя вопросам;
- чрезмерного самомнения и самоуничижения оратора;
- чересчур болезненных для себя тем, даже если они для него актуальны.

**Слушатели – разные.** Слушатели (как и ораторы) бывают разные, и с этим оратору трудно примириться. Он рассчитывает обычно на какую-то одну категорию, а приходят обычно многие – и их тоже нужно иметь в виду.

Например, бывают слушатели, которые:

- пришли получить подтверждение своим позициям, убеждениям, мыслям и образам;
- хотят услышать нечто принципиально новое;
- хотят поддержать выступающего;
- любят посадить оратора в лужу и засвидетельствовать его поражение;
- интересуются процессом освоения истины;
- интересуются конечным результатом;
- воспринимают лекцию как групповое мероприятие;
- воспринимают лекцию как предназначенную для них персонально;
- ценят четкость и логичность;
- ценят поэтичность;
- любят краткость и ясность изложения;
- ценят подробность и детальность изложения;
- практичны до невозможности;
- терпеть не могут даже упоминаний о приложениях;
- любят цветистость, «восточный» стиль;

- любят прямоту;
- ценят тонкости и недоговоренности;
- в первую очередь ориентированы на мысли и идеи оратора;
- в первую очередь воспринимают оратора как такового, в разных аспектах;
- хотят увидеть спектакль одного актера;
- хотят увидеть спектакль со многими участниками;
- хотят играть в спектакле со многими участниками;
- пришли, чтобы выразить публично свои мысли;
- пришли, чтобы предъявить публично себя лично;
- пришли, чтобы понять что-то для себя;
- пришли, потому что их заставили;
- пришли, сами не зная, почему и зачем;
- априорно считают оратора крупным авторитетом;
- априорно считают оратора проходимцем, демагогом и т. п.;
- считают оратора некрупным или узким специалистом;
- считают себя специалистами по излагаемой теме;
- считают себя дилетантами по теме речи.

### Упражнение 1.1

а) Продолжите предложенный список категорий слушателей.

б) Подумайте, какие категории слушателей для вас желательны, какие допустимы, а каких вы бы не хотели видеть в принципе.

в) Попытайтесь придумать, что бы вы могли предложить в своем выступлении для возможно большего количества категорий слушателей.

В частности, продумайте в этом плане свои выступления на следующие темы и на три темы по своему выбору (контекст и аудиторию домыслите сами).

1. В защиту бездомных животных.

2. Экология – важнейшая часть воспитания человека XXI века.

3. Любовь и ревность после десяти лет брака.
4. Бездетные семьи.
5. Старость как богоугодная фаза жизни человека.
6. Профилактика самоубийств среди молодежи.
7. Смертельная болезнь и несчастные случаи как следствие тяги человека к смерти.
8. Лечить болезни или укреплять здоровье?

### **Что делает оратор?**

Ниже коротко перечислены основные моменты выступления.

#### **Оратор:**

- формирует у себя в голове образ, который собирается передать аудитории;
- начиная выступать, входит в контакт с аудиторией и объединяет ее;
- обозначает для слушателей тему выступления;
- создает почву для передачи образа;
- создает или оформляет у слушателей потребность для восприятия образа (актуальность темы);
- передает образ (раскрывает тему);
- закрепляет впечатления в сознании аудитории, подытоживает, помогает оформлению индивидуального восприятия своей речи;
- завершает тему,
- заканчивает групповой процесс, разъединяет аудиторию;
- наедине с собой подводит итоги своего выступления и возвращается к обычному состоянию сознания.

**Выступление – многоцелевой и многоаспектный процесс.**

Для каждого слушателя речь оратора несет свою информацию и свой опыт, а кроме того, в процессе публичного выступления формируется особый социохронотоп – социально-временно-пространственный объект, то есть хэппенинг, а по-русски – событие, которое создается совместными усилиями оратора и аудитории, и разрушается в конце, оставляя след в жизни участников.

Цели оратора и цели его слушателей могут быть очень разными, но и в этом случае речь иногда удается, если оратор сумеет наладить взаимопонимание со слушателями и согласовать хотя бы некоторые существенные моменты, которым и посвящена эта книга.

**Последствия выступления.** Чем выше уровнем выступление, тем более тонки и распределены во времени его последствия. Но иногда оратора не интересуют далекие и тонкие последствия его речи – ему нужны немедленные результаты, и тогда он должен пользоваться более грубыми средствами, формировать мощный плотный жесткий социохронотоп, и тогда речь превращается в своеобразный сеанс массового гипноза.

**Необходимая тайна.** Что-то в выступлении должно быть тайной для слушателей, загадкой, находиться за кадром – и постепенно (и не до конца) раскрываться оратором. Эта тайна и является основой для интереса публики к выступлению.

**Откуда и куда?** У оратора в каждый момент времени должна быть платформа (то, что известно слушателям – фундамент, который древние греки называли *темой*) и направление строительства (то, что сообщается слушателям как новое – это у греков назвалось *ремой*). При этом вопрос: «Где мы едем и куда мы едем?» – у слушателей возникать не должен: оратор должен специально об этом заботиться.

**Стандартные вопросы к выступлению.** Если оратор делает доклад или научное сообщение, то у аудитории возникают стандартные вопросы: актуальность, новизна, вписанность в традицию, отношения к аналогам, апробация, практические приложения. Часть этих вопросов докладчику следует осветить самому (хотя бы кратко), а на остальные быть готовым ответить в случае необходимости.

**Вопросы к оратору, которых лучше бы не было.**

Есть вопросы, которые можно услышать из зала (или увидеть на лицах слушателей), и которые свидетельствуют о том, что оратор либо не установил со слушателями

должного контакта, либо неправильно произносит речь.

Это такие, например, вопросы:

– О чем вы говорите?

– К чему вы это говорите?

– Непонятна ваша логика – почему так?

– Откуда это следует?

– Чье это мнение? Ваше или чье-то еще? (Это должно быть ясно публике. Нехороши «таинственные» отсылки типа: «Есть мнение...».)

**Ответы на вопросы из зала.** Оратор должен быть готов к краткому ответу на большую часть вопросов, которые ему зададут. Игнорировать заданные вопросы или отвечать не по существу было бы со стороны выступающего неправильно. Однако оратор имеет право уточнить вопрос или, если надо, переформулировать его по-своему (например, обобщить его, модифицировать применительно к теме речи или запросам аудитории в целом, ввести в более широкий контекст и т. п.) и заодно поблагодарить, а иногда и несколько ущучить спрашивающего. При этом отвечать на вопрос надо так, чтобы ответ был интересен аудитории в целом и вплетался в общую канву выступления и последующей дискуссии.

**Психология выступления.** Практически для любого человека выход на сцену, где он сосредоточит на себе внимание множества людей, сопровождается сильным изменением сознания, хотя ораторы, не склонные к интроспекции, могут этого и не замечать. Хорошая речь – уникальное переживание в жизни оратора и каждого его слушателя, разнообразное по своим целям и результатам. Для оратора его выступление поднимает и высвечивает и его сильные и слабые места, дает мощную подсветку внутреннему миру, ценностям, обратную связь, нередко сдвигает его тупиковые внутренние и внешние ситуации.

Разумеется, это не остается незамеченным подсознанием, которое в этой ситуации в лучшем случае активизирует свои ресурсы, а в худшем – проявляются личные проблемы, комплексы и прочие негативы. В частности, многие люди перед выступлением нервничают, их зно-

бит, бросает в дрожь или в холодный пот, и вообще они переживают гораздо больше, чем оно (казалось бы) бы того стоило, да и на самой сцене проявляют себя далеко не лучшим образом.

Как можно с этим бороться, и можно ли преодолеть в себе страх сцены, особенно необоснованный и иррациональный? По мнению автора, страх очень редко бывает необоснованным, и чаще всего означает плохую (с точки зрения подсознания) подготовленность человека к острой и значимой для него ситуации. Поэтому, научившись тщательно готовиться к выступлению и выступив много раз перед различными аудиториями (включая собственную семью), человек несомненно утихомирит свой страх перед аудиторией и введет его в разумные рамки – но вряд ли сможет полностью истребить свое волнение перед выступлением; последнее, видимо, неизбежно, но при должной технике может стать топливом для будущей речи. А совершенно спокойный и скучающий оратор представляет собой печальное для аудитории зрелище, и можно не сомневаться в том, что эффект от его выступления будет минимальным или вовсе отрицательным.

### **Риторические образы и их аспекты**

С технической точки зрения, выступление оратора можно рассматривать как определенную динамику *риторических образов*, которые бывают трех видов: это ораторский риторический образ, групповой риторический образ и индивидуальный риторический образ.

*Ораторский риторический образ* – это представление о будущей речи, которое складывается у оратора в процессе ее подготовки.

*Групповой риторический образ* – это образ, который в процессе произнесения речи складывается у аудитории как единого целого (если в процессе речи аудитория объединяется; если этого не происходит, то создать

групповой риторический образ не удается).

*Индивидуальный риторический образ* складывается у данного слушателя речи, причем он формируется не только в течение выступления оратора, но и еще некоторое время после окончания речи.

### **Основные риторические аспекты**

Любой риторический образ (ораторский, групповой и индивидуальный) имеет следующие аспекты, которые мы далее будем называть *основными риторическими аспектами*:

- позиционный;
- событийный;
- информационный;
- эмоциональный.

*Позиционный аспект* риторического образа – это те позиции (установки), на которые этот образ опирается, а также ценности, которые он утверждает или проявлением которых является. Отсутствие позиционного аспекта делает риторический образ слабым и малоубедительным.

*Событийный аспект* риторического образа – это то, что делает речь событием для оратора и слушателей, что заставляет кровь становиться горячее и интенсивнее бежать по жилам, так что выступление переживается с драйвом и наслаждением (физиолог здесь вспомнит об адреналине или эндорфинах), и есть о чем впоследствии вспомнить и рассказать друзьям.

*Информационный аспект* риторического образа включает в себя смысловое содержание речи, а также изображения и схемы, которые оратор демонстрирует на экране или «рисует» с помощью слов, и которые слушатели воспринимают и запоминают.

*Эмоциональный аспект* риторического образа – это эмоции, которые возникают у оратора и слушателей в связи с речью.

Рассмотрим теперь более подробно эти четыре аспекта для каждого из риторических образов.