



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА  
ИМ. А.С. ПУШКИНА

# ММ

## **МЕДИАРИТОРИКА И СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ: НАУКА – ПРАКТИКА – ОБУЧЕНИЕ**

*Сборник статей  
XXII Международной научной конференции  
30 января – 1 февраля 2019 г.*

Москва



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА  
им. А. С. ПУШКИНА»

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ,  
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И УЧИТЕЛЕЙ РИТОРИКИ

# **МЕДИАРИТОРИКА И СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ: НАУКА – ПРАКТИКА – ОБУЧЕНИЕ**

**Сборник статей  
XXII Международной  
научной конференции**

**30 января – 1 февраля 2019 г.**

Москва

2019

**УДК 808.5**

**ББК 80.7**

**М42**

*Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом  
Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина  
Протокол № 4 от 28 января 2019 г.*

**Рецензенты:**

*Денисенко В.Н., доктор филологических наук, профессор Российского  
университета дружбы народов;*

*Германова Н.Н., доктор филологических наук, профессор Московского  
государственного лингвистического университета*

**Научные редакторы:**

Э.Н. Акимова, В.И. Аннушкин (отв. ред.), А.Г. Жукова

**М42** Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сб. статей XXII Международной научной конференции (30 января – 1 февраля 2019 г.) / Отв. ред. В.И. Аннушкин. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. – 609 с.

ISBN 978-5-98269-195-8

Настоящий сборник представляет собой публикации докладов участников XXII Международной научной конференции по риторике, проведенной 30 января – 1 февраля 2019 г. Российской ассоциацией исследователей, преподавателей и учителей риторики. В статьях анализируется состояние современных речеведческих учений, связанных с медиатехнологиями, даются ответы на актуальные вопросы повышения культуры русской речи, обобщается опыт преподавания риторики и культуры речи в вузе и школе. Сборник адресован ученым-русистам, специалистам в области медиакоммуникаций, преподавателям русского языка, риторики и культуры речи, школьным учителям-словесникам, всем, кого волнуют судьбы русского языка и русской речевой культуры.

*Статьи печатаются в авторской редакции.*

*Ответственность за содержание и корректность заимствований  
несут авторы статей.*

**УДК 808.5**

**ББК 80.7**

© Коллектив авторов, 2019

© Государственный институт русского языка  
им. А. С. Пушкина, 2019

**ISBN 978-5-98269-195-8**

# Оглавление

<i>Предисловие</i> .....	14
--------------------------	----

## **Раздел 1.**

### **РИТОРИКА СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

**Алтабаева Е.В.**

МЕДИАТЕКСТ И СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ПАРАДИГМЫ. ....	17
--	----

**Аннушкин В.И.**

МЕДИАРИТОРИКА: СОВРЕМЕННЫЙ СТАТУС И ВАЖНЕЙШИЕ ЗАДАЧИ. ....	23
--	----

**Башилова Е.И.**

ДИРЕКТИВНЫЕ РЕЧЕВЫЕ АКТЫ И ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В РУССКОМ ТЕКСТЕ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ .....	32
---	----

**Бугаева И.В.**

ЗАГОЛОВКИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ: ПРИЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ .....	39
--	----

**Бушев А.Б.**

ПРАКТИКА ИНТЕРПРЕТАЦИИ СЕТЕВОГО МЕДИАДИСКУРСА. ....	44
---	----

**Вострикова Т.И.**

ОБ ОРТОЛОГИЧЕСКОМ СБОЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ ЖУРНАЛИСТА ..	50
--	----

**Гапутина В.А.**

СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ МОДЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ). ....	55
---	----

**Губанова Г.И.**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЦЕПТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ТРЕНИНГАХ ВЫРАЗИТЕЛЬНОЙ РЕЧИ МЕДИАЖУРНАЛИСТА .....	60
--	----

**Дзюба Е.В.**

«ЗВЕРИНЫЙ» ЯЗЫК СМИ, ИЛИ О ВОЗДЕЙСТВУЮЩЕМ ПОТЕНЦИАЛЕ МЕТАФОРЫ В ПУБЛИКАЦИЯХ О ПОЛИТИКЕ. ....	68
---	----

**Добросклонская Т.Г.**

КАТЕГОРИЯ СТИЛЯ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАРИТОРИКИ .....	76
---	----

**Ерохина Е.Л.**

УЧЕБНИК В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ: РИТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД .....	82
---	----

**Ефанов А.А.**

МЕДИАРИТОРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АКТОРОВ .....	88
---	----

**Жукова А.Г.**

О РИТОРИЧЕСКОЙ СПЕЦИФИКЕ ПОЛИКОДОВОГО  
ПРОДАЮЩЕГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕМАГАЗИНА).....96

**Змазнева О.А.**

СЕТЕВОЙ ИНСТИНКТ В «ГЛОБАЛЬНОЙ ДЕРЕВНЕ»:  
НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА .....103

**Кабанкова Ю.Ю.**

РИТОРИКА ПАТРИАРХА: МЕДИЙНЫЙ ОБРАЗ  
СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО РИТОРА-МИССИОНЕРА. ....107

**Китанина Э.А.**

ПРОСТОРЕЧНАЯ И ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА  
КАК СУБСТАНДАРТНЫЙ ФЕНОМЕН В СМИ.....115

**Клименко Г.В.**

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И РИТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В СМИ. ....119

**Климова Г.Л.**

ОСОБЕННОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ РИТОРИКИ, КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ  
И ПОВЕДЕНИЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ .....124

**Колесникова О.И.**

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РИТОРИЧЕСКИХ СРЕДСТВ  
В ИНФОРМАЦИОННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ .....130

**Кувычко А.А.**

РИТОРИКА РОССИЙСКИХ МЕДИА, ОСВЕЩАЮЩИХ ВЗГЛЯД  
РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ НА ВОПРОСЫ МАТЕРИНСТВА .....135

**Кудоярова Т.В.**

АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЛЕКЦИЯ  
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО МАССМЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА .....141

**Мурзак И.И.**

КРИТИКА ТЕАТРА, ИЛИ ТЕАТР КРИТИКИ  
(РИТОРИКА ТЕАТРАЛЬНОЙ БЛОГОСФЕРЫ).....145

**Мусихина Н.Е.**

СРЕДСТВА МАНИПУЛЯЦИИ В ДИСКУРСЕ МАССМЕДИА  
(НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-БЛОГОВ Н. СОБОЛЕВА) .....149

**Нгуен Тхи Тху**

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ  
ПРИ СПОРАХ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ .....154

<b>Овсянникова Т.Г.</b> «ВЕЧНАЯ ДУМА О СМЫСЛЕ ЖИЗНИ» В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЕ . . .	160
<b>Пономарева Н.В.</b> СОСТОЯНИЕ РИТОРИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ В СВЕТЕ НОВЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ . . . . .	167
<b>Прокофьева В.Ю.</b> НОВОСТНОЙ ЗАГОЛОВК В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ СМИ: ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ . . . . .	173
<b>Сиротинина О.Б.</b> НУЖНА ЛИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ РИТОРИКА? . . . . .	177
<b>Скворцов К.В.</b> КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН ТВ-КУЛЬТУРЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ . . . . .	182
<b>Тенекова А.М.</b> РИТОРИЧЕСКИЙ КАНОН КАК ОСНОВА СОЗДАНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ . . . . .	187
<b>Тяян Д.Е.</b> ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ ЯЗЫКУ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «ЗНАЕМ РУССКИЙ», «ЖИВОЕ СЛОВО», «ШПАРГАЛКА») . . . . .	192
<b>Ухова Л.В.</b> РИТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ «ПРОДАЮЩЕГО» ВЫСТУПЛЕНИЯ . . . . .	199
<b>Холомеенко О.М.</b> ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ВОЗДЕЙСТВУЮЩИХ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В МЕДИАДИСКУРСЕ: ВОПРОС НОРМАТИВНОСТИ . . . . .	205
<b>Хуа Эрчжи</b> ТОПИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ «НРАВСТВЕННОСТЬ» КАК СРЕДСТВО УБЕЖДЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ . . . . .	212
<b>Хуан Мэй</b> ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА КАК ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА. . . . .	218
<b>Чубко Е.В.</b> РИТОРИКА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ КАК ОПТИМИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В ОБУЧЕНИИ РКИ . . . . .	223

**Чжан Хуэйцин**

РИТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ИМИДЖА СТРАНЫ  
В ДИСКУРСЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА ..... 228

**Чжан Цзюньсян, Луань Цзин**

О СИНТАКСИЧЕСКИХ СПОСОБАХ ВЫРАЖЕНИЯ  
ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ОЦЕНОЧНОСТИ В ГАЗЕТНЫХ НОВОСТЯХ ..... 234

**Шаймерденова Н.Ж., Аманжолова Д.Б.**

РИТОРИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ:  
ИСТОКИ И ВЫЗОВЫ МЕДИЙНОЙ ЭПОХИ ..... 240

**Ширяева О.В.**

РИТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
ПИСЬМЕННОЙ ФОРМЫ МЕДИАДИСКУРСА ..... 246

**Шмаков А.А.**

ВОЗМОЖНОСТИ РИТОРИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИИ «ПРЕПОДАВАТЕЛЬ –  
СТУДЕНТ» В СИСТЕМАХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ..... 252

**Щербаков А.В.**

РИТОРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ..... 257

**Раздел 2.****РИТОРИКА И КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ  
ОБЩЕСТВЕ И ОБРАЗОВАНИИ****Абрашина Е.Н.**

ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС «КОММУНИКАТИВНАЯ ТОЛЕРАНТНОСТЬ»  
В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ..... 264

**Акимова Э.Н., Короткова А.А.**

ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
ДРЕВНЕРУССКОГО УЧИТЕЛЬНОГО КРАСНОРЕЧИЯ ..... 269

**Александрова Г.В.**

НОВАЯ ФОРМА ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ  
КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ ..... 276

**Анисина Н.В.**

ОБУЧЕНИЕ АНАЛИЗУ АРГУМЕНТАЦИИ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ  
ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ В ВУЗЕ ..... 280

**Баранникова Е.Б.**

ВОЗМОЖНОСТИ МНЕМОТЕХНИКИ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
И ГРУППОВОГО ОБУЧЕНИЯ НА ТРЕНИНГАХ И КУРСАХ ..... 286



**Безкоровайная Г.Т.**

МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ  
СПЕЦИАЛЬНОГО ТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ . . . . . 290

**Белых И.Н.**

ФОРМИРОВАНИЕ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ  
БУДУЩЕГО БАКАЛАВРА НЕГУМАНИТАРНОГО ПРОФИЛЯ В ПРОЦЕССЕ  
ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»  
И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ . . . . . 295

**Болычева Е.М.**

О РИТОРИКЕ, КУЛЬТУРЕ РЕЧИ И ЕГЭ . . . . . 300

**Ваджибов М.Д.**

О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО РИТОРИКЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ-  
ГУМАНИТАРИЕВ ДАГЕСТАНСКОЙ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ АУДИТОРИИ . . . . . 308

**Ван Мэнмэн**

ОБРАЗ БАБОЧКИ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ . . . . . 314

**Ван Цзинь**

ИССЛЕДОВАНИЕ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В.В. ПУТИНА В КИТАЕ . . . . . 320

**Вершинина Г.Б.**

УЧИТЕЛЬ СЛОВЕСНОСТИ ДЛЯ БУДУЩЕГО (К ПРОБЛЕМЕ  
ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРА) . . 326

**Горбич О.И.**

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОГО ДИАЛОГА  
В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ . . . 333

**Громыко С.А.**

ОБРАЩЕНИЕ К ИСТОРИИ КАК РИТОРИЧЕСКИЙ АРГУМЕНТ В РУССКОЙ  
ПАРЛАМЕНТСКОЙ РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ДЕПУТАТОВ-  
НАЦИОНАЛИСТОВ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЕ) . . . 339

**Грызина О.В.**

ОБУЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ РЕЧИ СТУДЕНТОВ-НЕФИЛОЛОГОВ В  
РАМКАХ КУРСА «РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ» . . . . . 346

**Далецкий Ч.Б.**

РИТОРИЧЕСКИЙ ДИСКУРС ОБРАЗОВАНИЯ И КУЛЬТУРЫ . . . . . 352

**Дмитрова А.В.**

ОБРАЗ РОССИЙСКОЙ КОСМОНАВТИКИ В СЕРИАЛЕ  
«ТЕОРИЯ БОЛЬШОГО ВЗРЫВА» . . . . . 356

**Дресвянина С.Д.**

ЭССЕ: ЖАНР, КОТОРЫЙ УЧИТ ОБЩАТЬСЯ ..... 360

**Ефимова О.Ю.**

МОЛЧАНИЕ И УМОЛЧАНИЕ УЧИТЕЛЯ

В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ РЕЧЕВЫХ ТАКТИК ..... 366

**Журавлев С.А.**

ЛЕКСИФИКАЦИЯ РЕЧИ

КАК ЧАСТЬ ЭЛОКУТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ..... 370

**Земчихина Л.С.**

ИРОНИЯ КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ

КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ ..... 377

**Зюкина З.С.**

ЯЗЫК ПРАВА И КУЛЬТУРА РЕЧИ ..... 382

**Иванчук И.А.**

РОЛЬ М.В. ЛОМОНОСОВА В ФОРМИРОВАНИИ ПРИНЦИПОВ

РОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНОЕ

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЕ И РИТОРИЧЕСКОЕ ТВОРЧЕСТВО) ..... 388

**Каверина В.В.**МОДНОЕ СЛОВО *ИСТОРИЯ* ..... 395**Катышев П.А.**

КРИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ

НЕЛЕГИТИМНЫХ ПРАКТИК РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ ..... 402

**Катышева Н.С.**

ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ РЕЧЕВОМУ ЭТИКЕТУ

ЛАОССКИХ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ ..... 409

**Колесникова Л.Н.**

ОРАТОРСКИЙ ТАЛАНТ В.О. КЛЮЧЕВСКОГО И ЕГО ИЗУЧЕНИЕ ..... 416

**Коренева А.В.**

РИТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОЙ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРАНТОВ

ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЮРИДИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА». ..... 423

**Курилова А.Д.**

КОМПАРАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ КАК СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО

В РОССИЙСКИХ ЛАТИНОЯЗЫЧНЫХ РИТОРИКАХ XVIII ВЕКА. .... 430

**Курцева З.И.**

СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ДОШКОЛЬНИКА  
В СИСТЕМЕ РИТОРИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ..... 435

**Лелис Е.И.**

РИТОРИКА ПЕРВОЙ ЛЮБВИ (ПО РАССКАЗУ А. БИТОВА «ДВЕРЬ») ..... 441

**Лешутина И.А.**

ПРАКТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНОЙ ИГРЫ ..... 445

**Линь Мэй**

РИТОРИЧЕСКАЯ КРИТИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ .. 449

**Липатова В.Ю.**

ИЗУЧЕНИЕ КОНТАКТООУСТАНАВЛИВАЮЩЕЙ РОЛИ ОБРАЩЕНИЯ  
В КУРСЕ «РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ» ..... 456

**Лунева Л.П.**

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАМОТНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ  
В УСЛОВИЯХ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА ..... 463

**Марченко О.И.**

ТЕЛО КАК ЗНАКОВАЯ СИСТЕМА ..... 468

**Массалова А.Э.**

АУТЕНТИЧНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ФИЛЬМ КАК СПОСОБ ПОСТИЖЕНИЯ  
ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ..... 475

**Осьминина Е.А.**

ИДЕИ ШТЕФАНА ШПИСА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ РИТОРИКИ ..... 481

**Паудяль Н.Ю., Филиндаш Л.В.**

СТЕНДАП КАК ЮМОРИСТИЧЕСКИЙ ЖАНР КУЛЬТУРЫ ..... 486

**Ржаникова Ю.В.**

РИТОРИКА КАК СРЕДСТВО АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ  
ВОЕННОСЛУЖАЩИХ (КУРСАНТОВ) В УСЛОВИЯХ ИНОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЫ . . . 494

**Русанова Н.В.**

ОБУЧЕНИЕ ВЫСКАЗЫВАНИЮ В КУРСЕ РИТОРИКИ И КУЛЬТУРЫ РЕЧИ . . . . 498

**Савова М.Р.**

А.Ф. ЛОСЕВ О ЗНАЧЕНИЯХ ПОНЯТИЙ «ЭТОС», «ЛОГОС» И «ПАФОС»  
В ТРУДАХ ДРЕВНЕГРЕЧЕСКИХ РИТОРОВ  
(К 125-летию СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ УЧЕНОГО). ..... 502

**Салиева Л.К.**

ПРИЕМЫ СУГГЕСТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ,  
ОБЩИЕ ДЛЯ НАРРАТИВНЫХ ЖАНРОВ. . . . . 507

**Сальникова О.А.**

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПОДГОТОВЛЕННОЙ РЕЧИ . . . . . 512

**Сат К.А.**

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ НА НЕГУМАНИТАРНЫХ ФАКУЛЬТЕТАХ . . . 516

**Сатина Т.В.**

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕПОДАВАНИЯ  
РЕЧЕВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ. . . . . 519

**Серпикова М.Б., Шехурдина Т.А.**

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОРИЕНТИРОВАННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ  
УЧАЩИХСЯ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ. . . . . 524

**Силаев П.В.**

АКТОВАЯ РЕЧЬ КАК МОДЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ НАВЫКАМ  
ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В КУРСЕ ВУЗОВСКОЙ РИТОРИКИ . . . . . 531

**Смолененкова В.В.**

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ РЕФЛЕКСЫ КОНТЕКСТА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТЕКСТА. . . . . 538

**Ся Линь**

ОРАТОРСТВО КАК ВИД СЛОВЕСНОСТИ  
В РУССКИХ КЛАССИЧЕСКИХ РУКОВОДСТВАХ (НА МАТЕРИАЛЕ  
УЧЕБНИКОВ Н.Ф. КОШАНСКОГО И П.В. СМИРНОВСКОГО) . . . . . 543

**Тамразова И.Г.**

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ДИНАМИКА РИТОРИКИ:  
ЭВРИСТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЭРИСТИКИ . . . . . 549

**Тарасов М.И.**

О НОВОМ НАПОЛНЕНИИ СТАРЫХ РИТОРИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ . . . . . 556

**Трубина О.Б.**

ЖАРГОННЫЙ ДИСКУРС И ТЕКСТОПОРОЖДЕНИЕ ..... 562

**Фесенко О.П.**

ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ВОЕННОЙ РИТОРИКИ В ВОЕННОМ ВУЗЕ ..... 567

**Филиппова О.В.**РИТОРИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ  
ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ. .... 572**Черкашина Т.Т., Новикова Н.С., Гейченко С.А.**РЕФЛЕКСОПРАКТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ  
ДИАЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ  
В КОНТЕКСТЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ..... 577**Шаламова Т.В.**ОБУЧЕНИЕ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ  
НА ОСНОВЕ РИТОРИЧЕСКИХ ТОПОСОВ. .... 584**Шетэля В.**

О СЛОВЕ, ЗНАЧЕНИЕ КОТОРОГО СКРЫТО ..... 591

**Шуванникова Е.М.**ВЫСШАЯ ШКОЛА КОММУНИКАЦИИ LOGOS ART:  
ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ДАННЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТА). ... 594**Щукина Д.А.**ДВА ИЗДАНИЯ УЧЕБНИКА  
«ОПЫТ РИТОРИКИ» И.С. РИЖСКОГО (1796, 1809) ..... 598**Егоренкова Н.А.**СИСТЕМА ЗАНЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ  
О РУССКОМ РИТОРИЧЕСКОМ ИДЕАЛЕ У СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА . . 604

## Предисловие

*Не бойся, малое стадо!  
Ибо Отец ваш благоволил дать вам Царство.  
(Лк. 12.32)*

Сегодняшнее состояние Риторической ассоциации России и всех, кто объединен с коллегами интересом к классической, а значит, и нестареющей науке риторике (помнится, как Б. В. Томашевский писал о «старушке риторике»), следует определить словом ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ. Несмотря на то, что стремительно меняется стиль жизни, появляются новые веяния и многие объявляют себя инновационными гениями, настоящее и результативное творчество возможно только тогда, когда оно основано на глубоком знании предшественников, подлинной культуре обращения к тому, что было сделано до нас, и к тому, что делается сейчас. Вот почему такая перспективная тема сегодняшней конференции, как МЕДИАРИТОРИКА, обращает уважаемых участников собрания к ответственности за сказанное и написанное слово, которое назад не воротишь...

Медиакоммуникация сегодня обращает нас ко всем областям жизни, где приходится иметь дело с техническими средствами создания речи, но ведь и сама медиакоммуникация базируется на устной речи, использует письменную, а коллективность и коллегиальность в создании печатной продукции заставляют рассматривать медиажанры как средостение всех видов речи, правила которых так тщательно описывались всеми, кто исследовал речевые процессы до нас. Таким образом, культура и ее опыт, если правильно его применять, не исчезает, а становится фундаментом для будущего творчества в применении новых медиатехнологий, и только наши беспособность, леность, нежелание обратиться к великому культурно-риторическому опыту приводят к тем печальным последствиям, которые современному человеку создало бремя информационной нагрузки. Современный человек перегружен речью и текстами: это давление особенно заметно и в семейно-бытовой педагогике (см. детей, бытие которых теперь сопряжено не с живым общением, а с имитирующими живое общение медиаприборами), и в деловой жизни как фирм, так и кафедр, стонущих от бюрократии, рожденной возможностями компьютерной техники, и в области СМИ, где при сотнях теле-, радиоканалов и печатных изданий не удастся формировать общенациональный хороший вкус, добрые мысли, правильный и выразительный язык.

Оптимизм нынешней языковой ситуации как в России, так и в мире, как в жизни общества, так и в жизни отдельной личности должно связывать с понятием НРАВСТВЕННОЙ МУДРОСТИ – словосочетание Ю. В. Рождественского, который был не только восстановителем риторики в 70–90-е годы,

но и адресовал современную риторику (в том числе риторику СМИ, которой он активно занимался) к философскому фундаменту ЗНАНИЯ, соединенному с ЭТИКОЙ, а именно в отсутствии «риторической этики» он видел «главную слабость современного русского языка». Отсутствие глубокого осмысленного философско-этического начала и приводит нас к неудовлетворенности нынешним СТИЛЕМ ЖИЗНИ, который, конечно, формируется сегодня новыми технократическими средствами общения.

Каждому из нас очевидно, что сама по себе МЕДИАКРАТИЯ (пожалуй, можно ввести этот термин, подразумевая «власть медиа») не есть спасение человечества, как это представляют некоторые продвинутые и наивные, одурманенные ее влиянием руководители нашего образования и создатели самих медиасредств. Необходимо вдохнуть в медиакоммуникацию «душу живую», и кому, как не ученому, учителю подсказать обществу, как распорядиться тем богатством, которое мы получили в результате развития технократической цивилизации.

Именно это ощущение душевной жизнеспособности присутствовало на XXII Международной конференции по риторике, доклады которой публикуются в этом сборнике. Читатель должен найти в данном издании ответы на многие животрепещущие общие вопросы, почувствовать многообразие частных проблем, решение которых свидетельствует о научном потенциале продолжающей «живословствовать» Риторической ассоциации России... на новом медиатехническом уровне.

**В. И. Аннушкин,**  
*председатель Российской ассоциации  
исследователей, преподавателей и учителей риторики*

## ***РАЗДЕЛ 1***

# **РИТОРИКА СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**



## МЕДИАТЕКСТ И СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ПАРАДИГМЫ

*Аннотация.* Работа посвящена рассмотрению возможностей изучения медиатекста с позиций новейших научных парадигм, утвердившихся в современной лингвистической науке. Анализируются особенности медиатекста как продукта СМИ, актуальные аспекты его исследования и дискурсивные возможности. Делается вывод о приоритетной роли когнитивно-дискурсивного подхода к изучению медиатекста.

*Ключевые слова:* медиатекст, язык средств массовой информации, когнитивно-дискурсивная парадигма.

**В** XXI веке исследовательские предпочтения смещаются с изучения языка как отдельно взятого явления речи-мысли в сторону рассмотрения не только различных сторон его функционирования, но и механизмов создания, освоения и воздействия продуктов речемыслительной деятельности языковой личности. В этом плане представляет особый интерес обращение к такому феномену массовой коммуникации, как медиатекст. Термин *медиатекст* возник в 90-е годы прошлого столетия в англоязычной научной литературе (Т. Ван Дейк, А. Белл, Р. Фаулер, М. Монтгомери, Н. Фейерклаф и др.). Понимание медиатекста как коммуникативного явления, сочетающего в себе вербальные и невербальные (медийные) средства обусловило необходимость рассмотрения вопроса о его функционально-стилистическом статусе, проблемы функционально-типологической дифференциации языка таких средств массовой информации, как пресса, радио, телевидение, Интернет и других. Важно определить языковую специфику каждого конкретного средства массовой информации, и рассмотрение языка СМИ как знаковой системы смешанного типа, сочетающей в себе вербальные и аудиовизуальные коды, позволяет это сделать.

Выступая ведущей единицей современного медиапотока, медиатекст привлекает внимание ученых в качестве основного объекта сравнительно молодой и активно развивающейся научной дисциплины – медиалингвистики. Будучи многомерным и многослойным по своей природе, медиатекст актуализирует те или иные свойства в зависимости от жанрово-стилистической

принадлежности. В связи с этим возникает вопрос о подходах к изучению типологической классификации жанров медиатекста. Следует отметить, что если в российской журналистской традиции выделяются такие жанры текстов массовой информации, как репортаж, очерк, обзор, заметка, фельетон, интервью, отчет и др., то в англо-американской перечень жанров несколько иной: новости, комментарий, тематическая статья, аналитика, интервью.

Задача полного и всестороннего типологического описания медиатекстов, выявления их основных лингвомедийных свойств – одна из глобальных задач медиалингвистики. В то же время нельзя забывать о методологических основаниях такого описания. Учитывая междисциплинарный, интегративный характер медиалингвистики как науки, можно говорить и об особой синтетической методологии этой области знания, опирающейся на целый корпус научных дисциплин, в числе которых философия, логика, история, социология, психология, семиотика, лингвистика, коммуникология, культурология, этнология и другие.

В современной науке сформировалось несколько направлений исследования медиатекста. Стоит выделить такие методологически значимые аспекты его изучения, как семиотический, психолингвистический, социологический, когнитивно-дискурсивный, прагматический, политический, юридический, социолингвистический, культурологический, функционально-стилистический, риторический, лингвокультурологический, концептуальный. Системные знания в области медиалингвистики имеют немаловажное значение для сотрудников сферы масс-медиа, журналистов, PR-специалистов.

Вышеназванные аспекты исследования медиатекста являются актуальными и перспективными направлениями современного гуманитарного знания, они детерминируют вектор развития сегодняшней и завтрашней медиалингвистики. Все чаще звучит термин *медиадискурс*, подчеркивающий не только актуализацию объекта исследования в речевой деятельности, но и тесную его связь с когнитивными процессами восприятия и познания окружающего мира.

Голландский ученый Теун ван Дейк, рассуждая о сущности понятия *медиадискурс*, отмечает, что при изучении вербальной деятельности, осуществляемой средствами массовой информации, следует уделять больше внимания расширенному пониманию контекстуальной перспективы дискурса, включающей особенности производства, распространения и восприятия информации, культурно-идеологический фон и т.п. [2: 37]. В связи с этим наряду с вербальным и собственно медийным уровнями медиадискурса не без оснований выделяется уровень концептуальный, или коммуникативно-когнитивный, поскольку именно «язык СМИ является тем кодом, той универсальной знаковой системой, с помощью которой в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира. Специалисты по медиапсихологии признают, что сегодня восприятие человеком окружа-

ющего мира в очень большой степени зависит от того, каким представляют этот мир средства массовой информации» [3: 24].

В когнитивных исследованиях последних десятилетий отмечается, что медиадискурс отражает соответствующие задачам его создателей «СТРУКТУРЫ ЗНАНИЯ и ОЦЕНОК МИРА, ориентирующих адресата на определенное ОСМЫСЛЕНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ и, главное, на последующие действия, поведение» [5: 128]. В данном случае важно определить специфику сигналов к тому, чтобы за дискурсом увидеть некий ментальный фрагмент и надлежащим образом осмыслить его, то есть выявить определенные языковые формы, и синтаксические (в том числе модальные) варианты, взятые в совокупности в контенте каждого конкретного средства массовой информации.

Обращение к языку средств массовой информации как к знаковой системе смешанного типа, сочетающей в себе вербальные и аудиовизуальные коды и структурирующей в результате коммуникации новые знания и представления, позволяет вскрыть природу и основы деятельности, направленной на создание медиадискурса, однако при этом следует учитывать, что осуществить такой многофакторный анализ возможно лишь при объединении сведений из различных областей гуманитарного знания – не только лингвистики, но и социологии, философии, политологии, истории, психологии, этнологии и других, так или иначе касающихся проблем способов выражения, передачи, переработки и освоения человеком значимой для него информации. Особое место в этом ряду занимает когнитивная наука. Она квалифицирует вербальную сторону средств массовой информации как особый тип дискурсивной деятельности, которую нельзя признать сугубо лингвистической в силу ее зависимости, в частности, от «массы прагматических факторов» [5: 127], да и не только от них.

Характер и специфика дискурсивной деятельности определяется целым рядом других факторов, в числе которых социальные, национально-культурные, психологические, общественно-политические и иные, которые необходимо учитывать при исследовании массмедийного дискурса. Результатом такой многоплановой в своих пресуппозиционных основаниях деятельности становится формирование дискурса особого типа. Особенность такого дискурса заключается в том, что в процессе создания и восприятия информации, заложенной в его содержании, не только происходит отражение некоего фрагмента действительности, осуществляется социальное познание (Т. ванн Дейк), но и конструируется иная реальность (Н. Луман).

Важно учитывать, что данная иная реальность часто оказывается мифологической по своей сути, поскольку, по мнению Р. Барта, именно миф выступает одной из форм отражения реальности. Благодаря средствам массовой информации миф помогает их адресату выработать то или иное задаваемое отношение к событиям и положению дел в мире в целом. Осмысливая и принимая интерпретированную массмедийным дискурсом информационную

20 | реальность, индивидуум не просто попадает в иную реальность (она далеко не единственная и не является инвариантом) – он погружается в пространство одного из возможных миров.

Идея возможных миров, выдвинутая Г. Лейбницем [6] и развитая современными учеными-логиками, оказывается весьма важной для осмысления концептуальной природы медиадискурса. Будучи многомерным и многослойным по своей природе, медиадискурс актуализирует те или иные свойства в зависимости от своей коммуникативной задачи, жанрово-стилистической принадлежности, лексического наполнения и синтаксической организации. Понимая возможные миры как мыслимые альтернативные состояния, Лейбниц разграничивал необходимо истинное как имеющее место во всех возможных мирах и случайно истинное как имеющее место только в некоторых из них.

Развивая концепцию Лейбница, С.А. Крипке рассматривал «возможные миры» как абстракции возможных состояний реального мира [4: 341]. Можно сказать, что идею «возможных миров» применительно к медиадискурсу уловили ученые, работающие в сфере критического дискурс-анализа и близких к ней исследовательских парадигм, накопившие огромный опыт в этом направлении (Т. ван Дейк, Р. Фаулер, Г. Клаус и др.). Так, Р. Фаулер обращает внимание на то, что в британской парадигме «культурных исследований» принято описывать новостной дискурс не как способ отражения реальности, а как продукт, созданный определенными силами и структурами (политическими, социальными, экономическими, культурными и проч.), использующими лингвистические «инструменты» для смещения фокуса внимания, например, для импликации или деперсонализации ответственности и под. [7].

Таким образом, в медиадискурсе как особом виде когнитивной деятельности массмедийной языковой личности, в том числе и в новостном, в процессе «социального познания» происходит когнитивное моделирование «возможных миров» путем задания нужных «параметров» сообщения. Исследование этих параметров, их специфики и механизмов, задействованных в обеспечении воздейственности медиадискурса, востребовано современной научной мыслью, однако, как подчеркивал Т. ван Дейк, «мы не поймем, как социальные ситуации или социальные структуры вторгаются в текст и речь, если не поймем, как люди интерпретируют и репрезентируют эти социальные условия в рамках особых ментальных моделей – контекстных моделей» [2: 15].

Обозначим лишь некоторые факторы, значимые для системного рассматривания медиадискурса.

Прежде всего, это характер интенциональности, то есть коммуникативного намерения автора, той задачи, которую он ставит перед собой (или которая ставится перед ним). В силу данного условия одна и та же ситуация может быть представлена с нескольких (иногда более двух) разных точек зрения, в том числе и полярно противоположных (ср., например, сообщения о положении

дел в Крыму, на Украине, в Сирии, содержащиеся в российских и западных средствах массовой информации, и аналогичные информационные ситуации).

Естественно, что важную роль выполняет особый язык медиатекста (выбор и использование языковых и стилистических средств), детерминирующий не только активизацию определенных знаний и представлений, но и внедрение новых установок в массовое сознание. В этом процессе обычно задействованы средства всех уровней языковой системы: от фонетических (интонация, паузы, логическое ударение, темп и проч. – при устном формате сообщения через аудиальный или аудиовизуальный каналы) и словообразовательных до лексических и грамматических (как в устном, так и в письменном, визуально воспринимаемом, форматах сообщения). Активное использование стилистически маркированных единиц и образных средств языка поддерживает заданное коммуникативное намерение и обеспечивает требуемый эффект воздействия на массовую аудиторию и общественное мнение.

В системе ответственности медиапродукта немаловажное место занимают и невербальные средства, связанные с непрямой коммуникацией. Различающиеся в зависимости от типа медиатекста, они работают чаще на подсознательном, конкретно-образном уровне и оказываются иногда еще более эффективными, нежели вербальные.

Кроме того, следует выделить такой фактор, как ориентация на «своего» коллективного адресата, который строит тот или иной «возможный мир» по мере восприятия определенной информации. При этом важно учитывать гендерные, социальные, психологические, возрастные, этнические и проч. особенности аудитории и их связь с типом конкретного медиадискурса. Тем самым актуализируется коммуникативно-когнитивная функция языка, с помощью реализации которой в средствах массовой информации ведется управление своей аудиторией, ее массовым сознанием и поведением, что демонстрирует, по словам Т.А. ван Дейка, «неоспоримую власть масс-медиа» в современном мире [1: 120].

Таким образом, можно заключить, что медиатекст обладает целым рядом специфических особенностей, в силу которых проявляется его когнитивная природа и актуализируются соответствующие механизмы воздействия и восприятия. Он представляет собой особый вид когнитивно-дискурсивной деятельности, связанный с моделированием иной ситуации, иного мира. И поэтому не случайно одной из приоритетных задач медиалингвистики и смежных с ней дисциплин становится описание эффектов дискурса с позиций когнитивно-дискурсивной парадигмы.

### **Литература**

1. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т.А ван Дейк. – М.: Книжный дом «Либроком», 2014. – 344 с.

2. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А ван Дейк. – М.: Наука, 1989. – 356 с.
3. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т.Г. Добросклонская – М Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
4. Крипке С.А. Тождество и необходимость// С.А. Крипке. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XIII. – М.: Прогресс, 1982. – С. 340–376.
5. Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е.С. Кубрякова, Л.В. Цурикова // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М: Изд-во Московского ун-та им. М.В. Ломоносова, 2004. – С.126–159.
6. Лейбниц Г.В. Соч. в 4-х т. Т. 4 / Г.В Лейбниц. – М.: Мысль, 1989.
7. Fowler R. Language in the News. Discourse and Ideology in the Press/ R. Fowler. – London, 1991.

*E.V. Altabayeva*

### **MEDIATEXT AND MODERN SCIENTIFIC PARADIGMS**

*Annotation.* The work is dedicated to the consideration of possibilities of studying the mediatext from the standpoint of latest scientific paradigms established in modern linguistic science. We analyze features of mediatext as a product of mass media, actual aspects of its research and discursive possibilities. We make a conclusion about the priority role of cognitive-discursive approach to the study of mediatext.

*Keywords:* mediatext, language of mass media, cognitive-discursive paradigm.

## МЕДИАРИТОРИКА: СОВРЕМЕННЫЙ СТАТУС И ВАЖНЕЙШИЕ ЗАДАЧИ

*Аннотация.* Статья посвящена уточнению терминов медиакоммуникация, масс-медиа, медиариторика и основным проблемам, которые возникают сегодня при исследовании современных текстов медиакоммуникации, их классификации, проблемам создания и функционирования данных текстов. Затрагиваются основные проблемы медиаторики: образ коллективного и индивидуального ратора, содержание и аогументация в текстах медиакоммуникации, стиль современного медиадискурса, риторическая этика медиакоммуникации.

*Ключевые слова:* медиакоммуникация, масс-медиа, медиариторика, стилистика, жанр, образ ратора.

**М**едиакоммуникация – это общезначимый современный текст, в создании которого принимают участие новейшие техничеcko-электронные средства, формирующие принципиально новые виды речевых коммуникаций. Тексты современной медиакоммуникации кардинально изменили жизнь современного общества и каждой личности, образующих теперь «новое информационное сообщество». Термин *медиакоммуникация* смешивают сегодня с *масс-медиа*, или с текстами *массовой коммуникации*. На наш взгляд, медиакоммуникация – более широкое понятие, включающее все возможные средства коммуникации с помощью технико-электронных средств. Медиакоммуникация охватывает сегодня все сферы жизни: бытовую (современное бытовое общение невозможно представить без телефоно-коммуникаций в самых разных видах), профессионально-деловую (речевая перегрузка, повышение вала документов, информационная «усталость» в большинстве профессий – все это следствие неумения управиться с новыми видами возможностей, которые предоставляет электронно-компьютерная техника), общественно-политическую и культурно-развлекательную, которая и составляет в разнообразных формах массовую коммуникацию (масс-медиа). В сущности к медиакоммуникации следует отнести все виды «дисплейных текстов» (так их предлагает называть В.К. Костомаров – [5: 198–199]) – ср. в Википедии

24 | перечень их применения, который можно рассматривать как виды устройств, содержащих данные тексты и организующих медиа-общение: телевизоры, компьютеры и ноутбуки, телефоны, калькуляторы, инфокиоски, навигаторы, банкоматы и платежные терминалы, уличная реклама и шоу – несомненно все перечисленные устройства организуют современную медиакоммуникацию [3].

Цель массовой коммуникации – организация политической, экономической, социальной и культурной деятельности общества с помощью электронно-технических средств. Специфика текстов МК состоит в том, что они являются на сегодняшний день самыми авторитетными и значимыми текстами, предлагающими обществу стиль жизни, в то же время эти тексты (как и большинство текстов медиакоммуникации) не хранимы в культурной памяти, поэтому их содержание и стиль подвержены сменам. Отношение данных текстов к культуре – особая проблема, поскольку, именуемые «культурой массовой коммуникации», они содержат лишь поверхностные, общепонятные, не-глубинные пласты культуры, подверженные идеологическо-стилевым переменам. Цель филолога – отслеживание и управление этими процессами, способность быть грамотными консультантами в направлении мысле- и слововыражения при создании и восприятии данных текстов и организации медиакоммуникации в целом.

Цель риторики – создание убедительной, эффективной, целесообразной речи, способствующей организации деятельности в разных областях человеческой жизни и прежде всего в интеллектуально-речевых профессиях. Риторика как искусство речи предлагает образцы содержательно-стилевого творчества и формирует стиль деятельности и речевых взаимоотношений как в области различных профессий, так и в быту, как в области массовой коммуникации, так и в межличностной коммуникации, осуществляемой с помощью электронных средств. Поскольку речь является главным инструментом управления, медиариторика деловой речи готовит профессионалов-управленцев и всех участников процесса коммуникации, в котором участвуют специалисты той или иной сферы. Обозреть все богатство существующих на сегодня форм, видов и жанров общения – задача теории словесности, частной риторики (кто-то, возможно, назовет другие области наук, например, связи с общественностью или дискуртологию). Построение классификации этих текстов (видов и жанров речи, текстов, дискурсов и т. д.) – насущная и нерешенная (судя по почти отсутствующей литературе) задача.

Медиариторика сегодня – область частной риторики, исследующая теорию и искусство построения речи в области медиатехнологий, как правило, в сфере массовой коммуникации (радио, телевидение, массовая пресса, Интернет, различные виды новых «дисплейных» коммуникаций). Медиакоммуникация принципиально изменила жизнь современного человечества, порождая новый тип человека в его психофизическом самоощущении и ор-



ганизации его душевного и телесного бытия. В то же время медиакоммуникация (если она желает стать благом для человечества) должна опираться на весь предшествующий фундамент нравственного, идейного (когнитивного) и организационно-технологического опыта, который вмещает в себя понятие культуры как достижений человечества. Необходимость создания новой дисциплины неориторического статуса – медиариторики обосновала в своем исследовании И.В. Анненкова, обосновав риторико-аксиологическое осмысление СМИ и назвав медиадискурс «главным культуuroобразующим фактором современной эпохи» [1: 5].

Современная медиариторика должна решить следующие задачи с соответствующими областями исследования:

1. Медиариторика как часть теории словесности должна классифицировать имеющиеся виды и жанры медиакоммуникаций. Эта задача осложняется необходимостью отслеживать постоянно появляющиеся новые виды речевых коммуникаций и предлагаемые жанры общения.

2. Новые виды коммуникации диктуют определенный формат речевого сообщения или жанра речи, которому подчиняются как содержание, так и пафос (эмоция) речи. Отслеживание тематики и содержания, а вместе с ними и пафосной оценки предлагаемых идей, – существенный момент формирования стиля жизни общества и личности, навязываемого образа мыслей и соответствующего слововыражения.

3. Фактура новых видов медиакоммуникации предполагает и определенную стилистику речи как совокупность словесных способов выражения мысли – в каждом жанре, как и в авторских идиостилиях предлагаются несколько свои приемы работы со словом, которые, подчиняясь правилам искусств речи, необходимо соотносить с внешними правилами словесности (кому, в какой ситуации, сколько времени и сколько по объему речи можно сказать или написать). Например, текст смски должен быть краток по технологическим условиям его создания; он адресован конкретной личности и ограничен «письменной» формой, т. е. смска не предполагает видеоряда. Иные возможности созданы формами «вотсап»: картинка может сопровождаться и текстом, и музыкой; кроме того, достаточно просто послать текст множеству адресатов и т. д.

Медиакоммуникация находит новые выразительные средства речи, которые диктуются как самими новыми способами создания текстов, так и расширяющимися возможностями прежних видов и жанров словесности. Расширение этих возможностей влечет и множество опасностей: одна из них – «дисциплинаризация» текстов, когда появилась возможность требовать от авторов текстов (в частности, научно-деловых или педагогических – ср. наши УМК или рабочие программы) определенного оформления, и это желание (как и компьютерная возможность) сделать все тексты «одинаковыми» делает

26 | «языковое существование» современного ученого и педагога максимально забюрократизированным и дискомфортным.

4. Медиакоммуникация по условиям своего создания максимально разнообразит способы воплощения образа ратора, т.е. это может быть и индивидуальный речедеятель (как в facebook-е или в контакте), и коллективный образ медиаратора. Таким корпоративным образом ратора становится, например, сайт института, фирмы, компании – эдакий коллегиальный тип создания медиапродукта, когда авторы могут быть скрыты или не названы, или же, если и названы, то авторов-создателей корпоративного текста огромное множество и все они работают на выполнение одной идеолого-стилистической задачи.

5. Медиакоммуникация условиями своего создания формирует новый нравственно-этический образ человека. Опасность этого процесса состоит в том, что вне опоры на традиционные нравственно-духовные ценности медиаэтика открыла новые возможности речевого манипулирования сознанием, проще говоря, новые способы обмана, и если современный человек не будет подготовлен риторически (например, не научится правильно слушать и различать способы манипулирования), то это грозит большими катаклизмами как для личности, так и для общества. Таким образом, одним из главных вопросов для теории и практики медиакоммуникации становится вопрос риторической этики медиакоммуникации.

Скажем о каждой из этих областей более подробно:

1. Медиакоммуникация по условиям своего создания стала четвертым родом словесности (если брать за основу классификацию Ю.В. Рождественского: родами словесности он называл наиболее крупные массивы текстов, различающиеся по фактуре речи: устная, письменная, печатная, массовая коммуникация) [8]. Не исключено, что термин медиакоммуникация более подходит для обозначения этого рода словесности, так как включает в себя как общение с массовой аудиторией, так и индивидуально-личностные контакты. Подобную классификацию находим у М. Маклюэна с его историко-культурным пониманием медиасредств «расширения человека» и четырехступенчатой моделью «э» человечества: «устная», «рукописная», «книгопечатное общество», «электронная эра» [6].

Любопытно, что Ю.В. Рождественский не застал эпохи Интернета и разделял массовую коммуникацию на массовую информацию, в которой выделял пять видов (пресса, телевидение, радио, кино, реклама), и информатику [8: 240]. Если массовая коммуникация создала новый тип корпоративного авторства, то информатика обеспечивала «личное пользование» новыми электронными средствами создания речи. Классификация жанров, с одной стороны, должна основываться на традиционном назывании жанров, выработанных классической журналистикой, с другой стороны, она постоянно

пополняется изменениями «сегодняшнего дня», ибо каждый претендующий на влияние орган массовой информации или индивидуальный ритор пытаются создать, изобрести, придумать свое название не только тексту, но и его жанровой форме. Так рождаются новые жанры телепередач, называемых «интеллектуальными шоу», или конкурсами (на сегодня это такие модные программы как «Лучше всех» – детское телевизионное шоу талантов, или «Голос» «русское развлекательное вокальное шоу талантов, по определению Википедии). Каждая такая передача имеет свой формат – новый термин, означающий технический способ создания речевого общения, иначе говоря, каждый так называемый «проект» (также новое слово, ибо при новых фактурах речи обязательно создание новой терминологии) должен иметь свою «новую» композицию последовательности речей и самого представления номера, свой состав участников и каждый проект непременно должен претендовать на определенную новизну.

Продолжительность жизни каждого проекта невелика – от 2-х до 4-х лет, и в этой необходимости постоянного поновления философия медиакommunikации: эти тексты не вечны, но влиятельны для определенного периода времени. Они безусловно ориентированы на национально-культурный менталитет, но в то же время многое заимствуют (если не прямо повторяют!) популярные западные подобные медиапрограммы. Риторическая задача современных российских СМИ – самостоятельное изобретение как форм, так и содержания передач, текстов, способных стать влиятельными как у себя в стране, так и в мире. К сожалению, такая риторическая задача не ставится, что свидетельствует о недостатках риторического образования наших медиакommunikантов.

Если «медиакоммуникация – общение «посредством» именно электронно-технических средств (ведь медиа – средство, посредник), то с точки зрения филологии как науки о культурном развитии форм речевой коммуникации в медиакоммуникации развиваются и совершенствуются все предшествующие формы речи: устная речь (любопытно, что в данном контексте мы можем называть ее синонимически «коммуникацией»), письменная речь, устно-письменная речь вкпе с видеорядом (этот процесс начался еще в кинематографе, а здесь только усовершенствовался). Развитие технологии общения позволило создать множество новых форм, включающих как личностное, так и групповое взаимодействие, и формы массовых коммуникаций могут охватывать, условно говоря, все человечество, точнее всех, кто обладает техническими средствами связи.

Поскольку владение этими средствами связи является «престижным», игровым, занимательным, практически полезным, в процесс медиакommunikации включаются все технологически подготовленные социальные группы, а само человечество уже не может обходиться без технических средств, обес-

печивающих медиакommunikацию. Тем не менее, существенным фактором является факт не только не исчезновения, но существования и развития (совершенствования) всех предшествующих форм коммуникации, т.е. нигде не исчезает устная речь как непосредственное очное взаимодействие партнеров общения, более того, медиакommunikанты (возьмем этот термин) «тоскуют» по устному непосредственному диалогу; нигде не исчезает письменная речь, но развитие техники показывает, как совершенствуются орудия письма, бумага, и только человеческий фактор не позволяет внедрить в образование обучение каллиграфии и чистописанию, что было бы чрезвычайно важно с точки зрения педагогики.

То же самое должно сказать о развитии видов и форм научной и художественной литературы, которые имеют не только на порядок большие полиграфические возможности, но существенно меняют картину речевого взаимодействия специалистов данных сфер (ученых и писателей): в науке наиболее популярными стали жанры конференций с публикацией ограниченных по объему статей, хотя формально нигде не исчезли жанры монографий, но чтобы ограничить множественность и легкую доступность публикаций, вводится режим «ваковских» публикаций... В сущности аналогичную картину мы наблюдаем и в сфере художественной литературы: публиковать собственные сочинения в стихах и прозе стало легко – авторскому тщеславию весьма льстит публикация на популярном сайте, а затем не представляет больших сложностей и печатание книги. В связи с массовостью и технологической доступностью публикаций их качество существенно снижается.

Если классификация жанров традиционных СМИ достаточно устоялась, то многие новые виды медиакommunikации попросту не определены. Как, например, назвать общение со смартфоном-телефоном, которое мы наблюдаем сегодня в любом вагоне метро или электрички и которое рождает психологически новый тип утопающего в виртуальной реальности человека? Это индивидуальный медиадIALOG (неблагозвучно!)? Или диасмарт? Предложим термин медиадIALOG, потому что «диа» и есть через-речь, некоторое средство, т.е. то же, что и «медиа». Итак, назовем индивидуальное общение коммуниканта с телефоном-смартфоном медиадIALOGом.

2. Содержанием текстов масс-медиакommunikации (наиболее точным был бы такой трехсложный термин) является в самом общем виде политическая, социальная, экономическая, культурная, развлекательная, образовательно-педагогическая информация. Ее современное своеобразие состоит в том, что, если лет 30–50 назад массовая коммуникация ограничивалась несколькими основными теле и радиоканалами, «главными» органами прессы (не в этом ли причина существования тоталитарного общества и идеологии?), то теперь при согнях радио- и телеканалов, с одной стороны, прежними остаются тематические приоритеты, с другой стороны, растет конкуренция, множе-

ственность мнений и падает само качество подготовки текстов, которые все более становятся импровизированными. Отсюда своеобразный демократизм и толерантность к множеству высказываемых суждений при частом отсутствии ответственности за сказанное слово (ср. доперестроечную ситуацию, когда многое прочитывалось между строк). На радио и телевидении становится предпочтительным умение ловко и остроумно говорить без подготовки, нежели аргументированность и глубина знания предмета.

В современном российском медиапространстве массовость аудитории становится фактором, способствующим вульгаризации и усредненности вкусовых требований к содержанию передач.

3. Новая стилистика речи (в терминологии В.Г. Костомарова «употребления языка») продиктована новыми способами создания речи и условиями ее создания. Так, если политико-публичные ток-шоу предполагают участие множества «говорящих», то разговорная эмоциональность манипулятивность доводов начинают явно превалировать, аудитория же, в сущности, не успевает отследить быстроту таких манипулятивных приемов, как смена темы, или расширение довода. Однако ценится, конечно, умение быстро находить нужные доводы, эмоциональность и способность распространить речь в индивидуальном стилистическом образе, куда войдут и отбор слов, и своеобразные фигуры речи, и произношение, и телодвижение оратора.

Стиль современной медиакommunikации открыл колоссальные возможности для самых разных форм общения. В основном интеллектуальная элита фиксирует падение стилевых требований, размывание культуры речи при понижении уровня грамотности (ведь появление «олбанского языка» возможно стало только в период создания своего сообщества в Интернете), однако надо с уверенностью сказать, что новые технологии способствуют и совершенствованию интеллекта, и повышению возможностей получения информации и только от человека зависит то, как он распорядится новыми возможностями для развития личности и общества и совершенствования своих речевых навыков.

4. Средства медиакommunikация открывают новые возможности для создания и представления образа ратора как целостного продукта всех семантико-смысловых и семиотических средств реализации замысла создателя дискурса. Образ ратора – совокупность внутренних и внешних характеристик речи, сознательно выстраиваемая ее создателем (оратором, писателем или коллективным, коллегиальным автором) и характеризующая его намерение представить определенную позицию в содержании и стиле речи. Роль языковой личности, медиа-персоны, индивидуального образа в медиадискурсе массовой информации исключительно велика, но надо хорошо представлять, что этот образ есть результат коллективно-коллегиального труда как работников «слова» (редакторов, спичрайтеров и под.), так и технических работников (на

телевидении – операторов, звукооператоров, гримеров, шеф-редакторов программ и мн. др.). Языковая личность становится выразителем определенных идеолого-стилевых позиций и интересов, но получателем воспринимается некоторый коллективный (при создании книги) или коллегиальный (при создании теле- или радиопродукта) образ. Так, образ ратора (Максима Галкина или Владимира Соловьева) встроен в образ передач «Лучше всех» и «Вечер с Владимиром Соловьевым», где действует множество лиц, создающих образ передач. Совокупность передач создает образ телеканала – и кто-то скажет: «Я не смотрю “Россию”, а люблю ТВЦ...» Наконец, кто-то вообще не смотрит телевизор, и значит, он вообще отвергает «образ телевидения» как средства общения. Сам же образ российского телевидения, безусловно, создает и образ страны, ее стиля мысли, слова, поведения и жизни в целом.

5. Исключительна важна для медиакоммуникации – почему-то эту проблему достаточно трудно и поставить, и обсудить – нравственно-этическая, духовно-культурная составляющая современного медиаобщения. В конце 90-х Ю.В. Рождественский замечал, что основная слабость современного русского языка состоит в отсутствии риторической этики [8: 14–144]. На уровне философии языка она проявлялась в нарушении классической заповеди «не лги!» [6: 88]. Однако именно новые возможности медиакоммуникации позволяют беззастенчиво скрывать одни факты и выставлять напоказ только то, что выгодно создателю речи. Это с очевидностью видно в политической риторике, разделяющей страны и заставляющей каждую страну жить в условиях собственного медиакоммуникативного «гетто»), так и в деловой риторике, где вследствие отсутствия нравственных критериев сформировались новые виды медиа-мошенничества. Ср. продажу лекарств в Интернете с риторически распространенными рассказами о чудесном исцелении, причем «риторика продаж» строится по поразительно одинаковым композиционным схемам с одинаковыми средствами выражения; или риторически «подготовленных» продавцов, как по телефону, так и вживую, очно уговаривающих купить тот или иной товар.

Об этих проблемах убедительно и доказательно говорят и президент В.В. Путин, и Патриарх Кирилл, называя проблему нравственности «главной» (см. наш доклад на XVII конференции – [2: 36–37]), но ее решение возможно только как результат риторической (мысле-словесной) инициативы, т.е. честных помыслов, приводящих к рождению новых идей, воплощаемых затем в речи и действии. Пока наше масс-медийное пространство, в основном, инертно и кормится достижениями прежних медиа-звезд – и это следствие риторической невоспитанности и лени, не-готовности «побеждать словом» (слова В.В. Путина, сказанные о Георгии Победоносце). Очевидно, что только риторика как учение о нравственной мысли и совершенном слове (а слово – важнейшее из дел!) способно вывести как общество, так и каждую личность

из состояния неуверенности и уныния, добившись преобразования личности и обновления общественной, профессиональной и частной жизни.

### **Литература**

1. Анненкова И.А. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (лингвофилософский аспект). Автореф. дис. док. филол. наук. М., 2012.
2. Аннушкин В.И. Общественно-речевая практика в свете проблем риторики (на материале политического красноречия в 2012 году) // Материалы XVII Международной научно-практической конференции «Современная риторика в общественно-речевой и педагогической практике». 30 января – 1 февраля 2013 года. М., Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2013.
3. Дисплей // ru.wikipedia.org> Дисплей.
4. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиалингвистики. Автореф. дис. док. филол. наук. М., МГУ имени М.В. Ломоносова, 2000.
5. Костомаров В.Г. Язык текущего момента: понятие правильности. – СПб., Златоуст, 2014.
6. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г. Николаева. – М., 2003.
7. Рождественский Ю.В. Принципы современной риторики. 3-е изд., М.: Флинта: Наука, 2003. – 176 с.
8. Рождественский Ю.В. Общая филология. М., Фонд «Новое тысячелетие», 1996.

*V.I. Annushkin*

### **CURRENT STATUS OF MEDIARHETORIC AND MOST IMPORTANT TASKS**

*Annotation.* The article is devoted to the clarification of the terms of media communication, mass media, media rhetoric and the main problems that arise today in the study of modern texts of media communication, their classification, the problems of creation and functioning of these texts. The main issues of mediatrix: the image collective and individual rhetorician, content and argumentation in the texts of the communications, the modern media discourse, rhetorical ethics of communication.

*Keywords:* rhetoric, efficiency, ethics rhetoric, political rhetoric, media rhetoric.



## **ДИРЕКТИВНЫЕ РЕЧЕВЫЕ АКТЫ И ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В РУССКОМ ТЕКСТЕ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ**

*Аннотация.* Данная статья посвящена языковым процессам в СМИ. Рассматривается аспект употребления директивных речевых актов и фразеологизмов в русском тексте коммерческой рекламы, в слоганах и джинглах.

*Ключевые слова:* реклама, контекст, фразеологизм, слоган, перевод.

Реклама была во все времена двигателем прогрессивных инноваций и продукции. Без рекламы – никуда. И она претерпевала изменения в процессе развития торговли, от устных объявлений в газетах, плакатах на улицах до рекламных блоков на радио и телевидении, а теперь уже появилась целая индустрия рекламы в Интернете. Это огромный конгломерат, продвигающий различного вида продукцию и продукты в интернет-пространстве. Этим занимаются программисты, дизайнеры сайтов, журналисты, но никто не отменял интересные и привлекательные объявления, написанные на хорошем русском языке с правильной подачей рекламной информации для покупателя. Как утверждал гений рекламы американец Дэвид Огилви: «Существует мнение, что любая реклама – это двигатель торговли. Не любая! Плохая реклама не двигатель, а тормоз» [4]. Так в современной жизни человек ежедневно сталкивается с огромным количеством рекламных сообщений, и реклама прочно вошла в жизнь современного общества.

Однако не всякая реклама правильно подается для покупателя или пользователя, ведь цель рекламы – побуждение к действию, к осуществлению покупки, и ее успешность зависит зачастую от того, как умело учитываются в рекламе психические механизмы восприятия покупателя. В этом случае мы говорим о том, как методы убеждения и внушения могут использоваться в рекламной компании. Задача рекламы такова: сначала довести сведения до потребителей, нужные для массовой закупки и популярности товаров, а потом, используя свою информативность с внушением и убедительностью, влиять на человека эмоционально-психологически. Важно также, каким языком написаны рекламные слоганы. На современном этапе развития рыночных отношений рекламодатели с помощью разных лингвистических и психологических приемов рекламы помогают сбыть товар. В современной



рекламе начинает прослеживаться тенденция ухода от прескриптивно-императивной интенции, выражающейся в просто предлагаемых безапелляционных агитациях, а также в требовании от потребителя (причем в категорическом подталкивании) совершить покупку того, что рекламируется (если сама реклама не носит яркий агитационный или пропагандистский характер или первоначальный замысел создателей рекламы не был направлен на подражание таким жанрам). Составители рекламных текстов стараются завуалировать призывы «Приходите! Покупайте!» различной мотивацией без императива, хотя побудительность в рекламных слоганах очень трудно скрыть. Вот, например, реклама шампуня «Pantene Pro-V»: «Я хотела, чтобы волосы мои были здоровыми и блестящими. Я стала недавно использовать швейцарский новый шампунь “Прови”. Перхоть исчезла. Мои волосы выглядят не просто здоровыми. Они теперь блестящие и здоровые». И никакого призыва к действию. Просто информация о действии шампуня и его название.

Позитивный результат присутствует и является агитацией к действию, то есть к приобретению продукта. Современный рекламный текст использует суггестивность, внушение. Это важная черта, предполагающая отход от прямого императива в силу того, что внушение – способ воздействия, рассчитанный на некритическое восприятие сообщений, а прямой императив – это всегда приказ. В современной практике составления рекламного текста тенденция обходить повелительное наклонение связана с психологической особенностью восприятия: люди не любят, когда им приказывают, тогда на первый план выходит агитация и рекомендация. Люди иногда предпочитают прямо не говорить о коммуникативных намерениях, а совершают это в форме косвенной. В этом случае они осуществляют одно речевое действие (задуманное ими), воспользовавшись другим. Рекламные сообщения также являются речевыми косвенными актами. Рекламодатель скрывает истинную цель – продвижение своего товара на рынке, используя косвенные речевые обороты. Императив «Купи! Купите!» на современном этапе развития торгово-рыночных отношений становится менее актуальным и востребованным. Поэтому данный призыв необходимо тщательно скрывать, во-первых, чтобы не оттолкнуть потенциального покупателя от рекламируемого товара своей императивной категоричностью, а во-вторых, чтобы не обидеть покупателя: использование императива в рекламном тексте во многом зависит и от социального статуса адресата. Например, молодежь менее критично отнесется к императиву (если императив звучит из уст лидера), нежели взрослая и уважаемая аудитория, которой нужны более мягкие способы убеждения.

В своей работе «Speech acts: an essay in philosophy of language» Дж. Серль [1] высказал предположение, что многие косвенные высказывания могут объясняться тем, что рассматриваемые предложения затрагивают условия успешности речевых актов, косвенно осуществляемых при произнесении

этих предложений, подготовительные условия, условия пропозиционального содержания и условия искренности. В этой работе он выделил группы предложений, которые могут использоваться стандартным образом для выражения косвенных просьб и других побуждений, например приказов [ниже буквы S, H и A означают соответственно «говорящий», «слушающий» и «акт» (или «действие»)]. Группы 1–3 связаны с условиями успешности для побудительных иллюкутивных актов.

Группа 1: Предложения, касающиеся способности H осуществить A (подготовительные условия).

Группа 2: Предложения, касающиеся желания или необходимости для S, чтобы H осуществил A (условия искренности).

Группа 3: Предложения, касающиеся осуществления A слушающим H (условия пропозиционального содержания).

Группа 4: Предложения, касающиеся желания или склонности H делать A.

Группа 5: Предложения, касающиеся причин осуществления A (связаны с мотивами действия. Это существенные условия).

В соответствии с этими группами косвенных речевых актов создаются и рекламные сообщения. Так примеры рекламных текстов, связанные с условием успешности для осуществления побудительного иллюкутивного акта:

Подготовительные условия (Группа 1). «Внимание! В продаже горнолыжная одежда! Разнообразный ассортимент зимней одежды и обуви для туристов, рыбаков и охотников! Цена на катамаранные весла TNP снижена на 10 %!!! Как всегда, у нас самые лучшие и самые дешевые спасжилеты “Простор”!!! Спешите!!! Всегда в продаже надувные байдарки. Снижены цены на все лодки GUMOTEX! Уже в продаже СУПЕР лодки известной всемирно чешской фирмы Gumotexno, по лучшим в мире ценам!» Подготовительным условием является сообщение о том, что рекламируемый товар уже в продаже и что цены снижены.

Условия искренности (Группа 2). «Спокойной ночи!» и «Кофе Жокей. Смотри на жизнь веселей!» В данных рекламных слоганах косвенный речевой акт пожелания представляет условия искренности в форме пожелания. Условия пропозиционального содержания (Группа 3). Сюда можно отнести известный слоган стирального порошка «Tide»: «Вы еще кипятите? Тогда мы идем к вам!» Вопрос «Вы еще кипятите?» является предварительным условием для осуществления действия купить стиральный порошок, чтобы отказаться, наконец, от кипячения.

Существенные условия, мотив действия (Группа 4 плюс Группа 5). «Вас научат правильно пользоваться косметикой, которая сделает вас еще более привлекательной!» (реклама косметической продукции «MaryKay»).

Но, если мы не находим в рекламном тексте прямого директивного акта, соответствующего побуждению «Купи!», это не значит, что реклама лишена

императивности. Авторам рекламы надо сохранить тот императивный импульс, который содержит прямое высказывание «Купи!». В рекламе выработан прием, который мы называем транспозицией императивного компонента (прием перемещенной императивности). Несмотря на то, что побуждение выражено косвенно, в тексты рекламы вводится какая-то императивная форма, не связанная с актом покупки. Именно она оказывает суггестивное воздействие на адресата.

Остановимся на примерах рекламных сообщений с транспозицией императива. Рекламный текст продукта «Чудо-йогурт»: «Насладись чудо-страной. Утренней свежей волною льется щедро волшебство. Стал красивей “Чудо-йогурт” съесты хотят, и все не могут наглядеться на него». Текст представляет собой косвенный директивный акт, связанный с условием искренности. На фоне не вполне отчетливо сформированного смысла императив звучит достаточно ярко, но не категорично. Этот императив смещенный и является, скорее, пожеланием, что способствует снятию категоричности при восприятии данного императива: «насладись» равно «я хочу, чтобы ты наслаждался». То есть побуждение к действию покупки данного йогурта выражено косвенным директивным актом, воспринимаемым слушающим как пожелание. Другими словами, «Купи – и тогда насладишься!». Императив будет восприниматься как чистый императивный импульс, если у него будет предельно затемненный, замутненный информационный фон. Непонятно, что за чудо-страна, что значит «насладись чудо-страной», но слушающий, возможно, вычитывает только императивный импульс «насладись». То есть постулат ясности нарушен, и это сознательно делается для того, чтобы на этом фоне выделить какой-то побочный императив. Плюс к этому, например, на экране телевизора возникает красotka, которая действительно ест с наслаждением «Чудо-йогурт», и соответственно у зрителя тоже возникает желание насладиться этим замечательным продуктом.

Следующий пример транспозиции императивности рекламный текст куриного бульона «Кпогг»: «Вы не знаете, как из томатной пасты приготовить пикантный соус для спагетти? Попробуйте куриный бульон “Кпогг” с томатом. “Кпогг”. Новый вкус любимых блюд». Формально, императив остается («Попробуйте»), хотя он не относится к пропозиции «Купи», но предполагает действие покупки: «Попробуйте данный куриный бульон, но сначала купите его». То есть импульс от прямого императива «Купи» переносится на некатегоричный императив «Попробуйте».

«Деньги в банке “Bonduelle”. Выиграйте один миллион рублей! С 1 ноября по 15 января вышлите пять этикеток от консервированной кукурузы и горошка “Bonduelle”. Подробности на этикетках». В данном случае императивно оформляется не глагол, выражающий желаемое (купите по пять банок консервированных продуктов данной марки), а его достаточно

36 | привлекательный заместитель «Выиграйте!», который представляет собой желаемую ситуацию выигрыша.

Реклама знаменитого чая «Lipton»: «Хочешь получить от жизни больше? Открой фруктовое удовольствие с новым чаем “Lipton” со вкусом малины. Вся польза чая и освежающий вкус спелых ягод малины. Живи со вкусом. “Lipton”. Вся сила чайного листа». Данное сообщение в рекламе представляет собой мотив действия, то есть является существенным условием для покупки данного чая (получить от жизни больше и жить со вкусом). Императив «Открой фруктовое удовольствие» является транспозицией основного императива «Купи чай данной марки», но также действует как достаточно привлекательный императивный импульс за счет использования слова «удовольствие». Таким образом, можно говорить о том, что многие рекламные сообщения представляют собой речевые косвенные акты. Это делается для того, чтобы завуалировать прямую директивную форму, выраженную сообщением типа «Купи! Купите!». Хотя часто в рекламных сообщениях встречается императив, не связанный с актом покупки («Насладись!», «Выиграй!», «Попробуй!» и др.), этот императив выполняет функцию побуждения к действию (акту покупки) и является замещением прямого директивного акта, выраженного глаголом «Купи».

Теперь остановимся на употреблении фразеологизмов в рекламном бизнесе. Фразеологические единицы практически используются во всех композиционных элементах рекламного текста: основном тексте, слогане, заголовке, эхо-фразе, справочной информации (коде). Сам по себе фразеологизм это устойчивый в своем употреблении фразеологический оборот, состоящий полностью из слов со свободным значением, которые чаще всего эквивалентны целому предложению. Именно в эту категорию попадают пословицы и поговорки, например: «All good things come to he who waits» – «Кто ищет, тот всегда найдет»; «Every dark cloud has a silver lining» – «Нет худа без добра»; «Fools rush in where angels fear to tread!» – «Дуракам закон не писан»; и т.д.

Миняева Т. Г. в лекциях по «Фразеологии русского языка» [3] говорит о классификации фразеологических единиц по способу их употребления. Фразеологизмы могут разделяться на устаревающие общепотребительные, устаревшие и новые. Большая часть фразеологизмов являются активным запасом языка, так они используются широко в художественных произведениях, периодике, разговорной речи. Но чаще всего фразеологизмы встречаются в слоганах рекламы (а также их звуковом отражении – джинглах) и именно в тех, которые употребляются как основной элемент с фирменного стилового бренда. Таким образом, они вторично номинируют их, и они становятся самостоятельным рекламным именем, и приобретают уже свое символическое значение. Те слоганы, в которых не употребляются фразеологизмы как языковое средство создания образа рекламы, могут со временем стать

фразеологизмами. Это взаимосвязано с важным свойством фразеологических единиц, а именно, с высокой частотностью их употреблений, а данный фактор имеет особую актуальность в рекламном тексте в целом. Ведь сама рекламная коммуникация построена на повторяемости контактов с потребителем. Аудитория, на которую нацелена реклама и рекламные слоганы, запоминает их (в особенности, джинглы) и ассоциирует с определенными продуктами, воспринимая информацию в том значении, которое во многом создается в рамках рекламного текста. Как замечает Ю. С. Бернадская [2], в рекламе фразеологизмы используются в четырех формах: парафраз, чистый фразеологизм, переосмысленный фразеологизм и фразеологизм, обыгрывающий имя бренда. Под парафразом она подразумевает замену одного из слов фразеологизма, например: «Think outside the bun. (TacoBell). The Citi never sleeps. (Citibank)». Это переводится как «Сити никогда не спит». В данном случае мы говорим о фразеологической единице «City never sleeps», что в переводе звучит, как «Город (мегаполис) никогда не спит». Этот фразеологизм имеет коммуникативный характер, и таким образом его легче разделить на части и подменить какую-нибудь составляющую, что мы и видим в этом примере. Слово «city» (город) заменяется на фонетически похожее «the Citi». И в данном примере фразеологическая единица меняет немного свой первоначальный смысл «Город (в этом случае Сити), который постоянно в движении» и приобретает измененное значение «Банк Сити всегда на чеку», которое может и должно заставить потребителя верить в надежность и безопасность этого банка, что является очень важным для любого банка свойством.

Если в чистом фразеологизме используется уже готовое словосочетание, в нем можно использовать слово, непосредственно имеющее отношение к объекту рекламы, только подвергающее его практически формальному изменению: «Finger lickin' good» (KFC); «You're in good hands with Allstate» (Allstate); «We try harder» (Avis Rent A Car); и др. Как пример возьмем слоган известной компании KFC (Kentucky Fried Chicken), звучащий так: «Finger lickin' good». Сам по себе этот слоган и есть требуемая фразеологическая единица, тут как раз демонстрируется прием употребления чистой фразеологической единицы. Вот вариант перевода на русский язык: «Так хорошо, что пальчики оближешь». Этот фразеологизм можно отнести к номинативным адвербиальным фразеологизмам. Так, здесь этот слоган дает качественную оценку вкусу еды, и имеется в виду очень положительная степень оценки. Для сетевых ресторанов быстрого питания эта фразеологическая единица звучит точно и весьма логично подобрана. Она направлена на формирование позитивной оценки в сознании потребителя о качестве еды: «Еда в KFC» «так хороша, что пальчики оближешь». И даже то, что этот рекламный слоган краток и образован из одного фразеологизма, который лишь изменен графически, опять же для краткости (lickin' вместо licking), но как раз делает его

удобным для воспроизведения и запоминания. Но вот компания KFC в своем стремлении к лаконичности идет дальше, и сегодня их слоган просто звучит «So good», что в переводе означает «Так здорово».

Рекламный бизнес не стоит на месте, он все время развивается и совершенствуется. Мы уже давно привыкли к рекламе на радио или на телевидении, когда прерывается долгожданная передача или трансляция в самом интересном месте и начинается рекламный ролик или объявление, это коммерция, и никуда от нее не деться. Мы слушаем, мы смотрим, мы пробуем и покупаем, так что мы все являемся пользователями рекламы.

### Литература

1. John R. Searle, *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*, University of California, Berkeley, *Philosophical Quarterly* 20 (79):172–179 (1969).
2. Бернадская Ю. С. Текст о рекламе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Миняева Т.Г. Фразеологии русского языка: учебно-методические материалы. – Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет.
4. Огилви Дэвид. О рекламе. – М.: Эксмо, 2011.

*E.I. Bashilova*

### THE DIRECTIVE SPEECH ACTS AND PHRASEOLOGISMS IN TEXTS OF RUSSIAN COMMERCIAL ADVERTISING

*Annotation.* This article concerns the process of the language development in mass media, mainly in aspect of usage directive speech acts and phraseologisms in texts of Russian commercial advertising, in slogans and headline-jungles.

*Keywords:* advertisement, mass media, slogan, phraseologisms, translation.

## **ЗАГОЛОВКИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ: ПРИЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются приемы привлечения внимания читателей интернет-изданий и основные функции заголовков. Анализ заголовков статей, описывающих одно и то же событие, из разных средств массовой коммуникации позволяет выделить особенности использования ключевой, дополнительной и уточняющей информации с целью привлечения внимания читателей. На выбор статей для полного прочтения влияет также аксиологический фон заголовка.

*Ключевые слова:* заголовок, пресуппозиция, Интернет СМИ, аттрактивная функция, аксиологический фон, диктум, пропозиция, модус.

Заголовки медийных произведений разных жанров неоднократно были в центре внимания исследователей [2, 3, 4]. Заголовок любого текста – это первое, что попадает в поле зрения читателя Интернет-страницы средства массовой коммуникации. Качество заглавия становится решающим фактором в выборе пользователей Интернет. Привлекательный, интригующий, сенсационный, обещающий раскрытие тайн или достоверность информации заголовок является обязательным условием для того, чтобы читатель перешел на сайт конкретного информационного издания и прочитал новость в подаче и интерпретации данного СМИ. Интернет дает возможность читателю или исследователю не только получать информацию из разных источников, но и без особого труда сравнивать, как одну и ту же новость преподносят разные издания, а также, как они привлекают внимание читателей именно к своей публикации. Посещаемость сайта и количество просмотров материалов определяют статистику и разного рода рейтинги, которые являются важными показателями эффективности средства массовой информации. Для достижения данной цели используются разнообразные приемы, некоторые из них проанализированы в данной статье.

Материалом исследования послужила информация о ранении певицы Машидат Омаровой вечером 25 ноября 2018 года. На новостной ленте Яндекса представлены заголовки статей нескольких десятков федеральных



40 | и региональных СМИ [<https://yandex.ru/search/?text=B%20Махачкале%20ранили%20певицу%20Машидат%20Омарову&lr=10716&clid=9403>].

Денотативное содержания данных заголовков одно и то же. А план выражения может существенно различаться. Заметим, что в отличие от off-line заголовков, on-line заголовки практически не бывают равными слову или словосочетанию. Как правило, это – предикативные конструкции, полные распространенные и осложненные предложения. Заголовки СМИ целесообразно рассматривать с позиции диктумно-модусной теории [1: 401]. Диктум всех примеров отражает произошедшее покушение на дагестанскую певицу. Это – объективная реальность, характеризующаяся рядом фактов. Различия появляются в способе выражения, который зависит от коммуникативной цели авторов статей. В результате заголовки отличаются дополнительными смыслами, отражающими отношения журналистов или редакции конкретного СМИ к объективному содержанию.

Анализируемые нами заголовки характеризуются рядом признаков. Во-первых, это синтаксически простые и эмоционально нейтральные предложения. Такие заголовки выполняют основную информативную функцию. Вот несколько примеров: *В Махачкале ранили певицу Машидат Омарову* (РИА Новости); *В Дагестане ранили известную певицу Машидат Омарову* (Вести Ру); *В Махачкале тяжело ранили известную дагестанскую певицу* (Свободная Пресса). В некоторых заголовках присутствует дополнительная или уточняющая информация (*известная, дагестанская, тяжело*).

Во-вторых, предикаты (глагол, страдательное причастие, составное именное сказуемое) не всегда являются синонимами. Иногда они значительно различаются семантически, что может исказить основную ключевую информацию или изменять степень эмоционально-экспрессивной оценки. Выбор определенной лексики является целенаправленной деятельностью журналиста для формирования общественного мнения, навязывания оценки, другими словами, в манипуляционных целях. Приведем несколько примеров: *В Дагестане совершено покушение на заслуженную артистку республики* (Эхо Москвы); *На заслуженную артистку Дагестана совершено покушение в Махачкале* (Life.ru); *Машидат Омарова стала жертвой вооруженного нападения; Заслуженную артистку Дагестана расстреляли во дворе ее дома* (НТВ); *В Махачкале попытались убить певицу Машидат Омарову* (Вестник Кавказа); *В Дагестане в результате стрельбы пострадала артистка* (РТ на русском языке); *Заслуженная артистка Дагестана Машидат Омарова получила огнестрельное ранение* (Дагестанская правда); *В Махачкале неизвестный выстрелил в дагестанскую певицу* (ТВ Центр) и др. При сообщении о том, что совершено покушение, остается неизвестным, пострадал человек или ему удалось остаться невредимым, какова степень тяжести, если ранен. Заголовок с предикатом *получила огнестрельное ранение* содержит уточня-



ющую информацию об оружии нападения. Заглавие со словосочетанием *стала жертвой вооруженного нападения* не раскрывает главного смысла о состоянии певичцы, осталась ли она жива. Многозначная лексема ‘жертва’ имеет значение “человек, пострадавший или погибший от какого-нибудь несчастья”. Но в последнее время в отечественных СМИ все чаще это слово употребляется для указания на погибших. Например: *В результате взрыва сообщается о трех жертвах. Еще четыре человека получили ранения разной степени и госпитализированы.*

Заголовок с предикатом *попытались убить* не дает никакой информации о результатах: человек ранен, убит или вовсе не пострадал.

Заглавие с предикатом *расстреляли* вызывает самые сильные эмоции, так как глагол *расстрелять* в лексикологии и в современном узусе имеет значение “казнь, приведения в исполнение высшей меры наказания”. Известная фраза «расстрелять без суда и следствия» лишний раз свидетельствует об этом.

В-третьих, в некоторых заголовках наблюдается смещение акцента с ключевой информации на дополнительную или уточняющую. В примерах выше говорилось о неизвестном преступнике, а в примерах, приведенных ниже, дополнительная информация указывает на заказчика преступления. В качестве иллюстраций приведем несколько заголовков: *Бывший дагестанский депутат Д. Шамхалов мог совершить покушение на певичку Машидат Омарову* (Вечерний курьер); *Экс-депутат Дагестана подозревается в организации покушения на певичку* (АиФ Дагестан); *В Дагестане в покушении на певичку подозревают 54-летнего Д. Шамхалова* (Регион online); *Бывшего депутата из Дагестана разыскивают из-за организации покушения на певичку* (РЕН ТВ). В таких случаях нарушается журналистская этика, поскольку обвинить кого-либо может только суд, а журналисты лишь предполагают, высказывают свои догадки, но делают это безапелляционно. Если в первом примере присутствует модальность возможности, во втором и третьем заголовках этот человек подозревается в совершении покушения, то в четвертом примере депутат уже объявлен организатором покушения. Также из этих примеров остается неизвестным, Шамхалов сам стрелял в певичку или кого-то нанял, организовав покушение. Интересная деталь, что данная дополнительная информация становится ключевой только в региональных СМИ. Можно предположить, что местные жители знают биографии депутата и певичцы и отношения между ними. Наличие пресуппозиции увеличивает смысловое наполнение заголовка и способно создать мотивацию для чтения всего текста. С помощью пресуппозиции возможно манипулировать сознанием читателей, чем иногда пользуются журналисты. Это зависит, прежде всего, от коммуникативного намерения автора статьи.

Уточняющая информация содержится в заголовке *Раненная в Махачкале певичка Омарова находится в реанимации*. При полном сохранении ключевой информации о происшествии добавляются сведения о тяжести ранения.

Как видим, заголовки в Интернет СМИ способны формировать аксиологический фон.

Поскольку читательское восприятие субъективно, реакции на заголовок будут разными, решающим фактором выбора конкретного издания Интернет СМИ может стать ключевое слово или словосочетание, вызывающее наибольшие эмоции. В Интернет СМИ заголовок реализует функцию аттрактора и занимает сильную позицию как элемент текста. Вторая важная функция заголовка – воздействующая. А.П. Чудинов пишет: «Логично предположить, что каждый читатель вынужден делать личный выбор того, что ему прочесть, то есть несомненным является субъективность читательского подхода, имеющая в основе своей индивидуальную природу» [3: 24].

Для привлечения внимания целевой аудитории журналисты используют в заголовках эмоционально окрашенные синонимы, смещают акцент с ключевой информации на уточняющую и дополнительную в том случае, если может получиться сенсационное заявление, способное заинтриговать читателей. Когда на дисплее компьютера человек видит десяток заголовков на одну и ту же тему, можно предположить, что он выберет тот, который эмоционально окрашен. Заголовки, которые одновременно содержат ключевую, дополнительную и уточняющую информацию, в меньшей степени заставят читателя полностью прочитать статью, так как в заголовке уже содержатся максимально полные сведения о случившемся, следовательно, экономится время для чтения других статей. Наше предположение подтвердилось количеством просмотров сайта каждого издания.

### Литература

1. Арутюнова Н.Д. Пропозиция // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Русский язык, 1990. – С. 401.
2. Бертякова А.Н. Заголовок в процессе восприятия содержания текстов СМИ (на примере заголовков телевизионных передач // Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Т 2. С.175–176.
3. Гришаева Л.И. Средства и способы создания аксиологического контекста в медиатексте // Медиатекст: стратегии – функции – стиль: кол. моногр. – Орел: ООО Горизонт, 2010. – С. 80–101.
4. Долгирева А.Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: дис. ... канд. филол.наук. – М., 2002. – 298 с.
5. Чудинов А.П., Завершинская И.К. Пресуппозиции в заголовке рекламного текста (туристическая реклама) // Вестник ЮУрГУ. 2010. № 1. Серия «Лингвистика». Вып. 10. – С. 24–27.

## **THE HEADLINES IN ONLINE MEDIA: TECHNIQUES OF ATTRACTING ATTENTION OF THE TARGET READERSHIP**

*Annotation.* The article deals with the methods of attracting the attention of readers of online publications and the main functions of headlines. Analysis of the titles of articles describing the same event from different media allows to highlight the features of the use of key, additional and clarifying information in order to attract the attention of readers. The choice of articles for full reading is also influenced by the axiological background of the title.

*Keywords:* title, presupposition, Internet media, attractive function, axiological background, dictum, modality, proposition.

## ПРАКТИКА ИНТЕРПРЕТАЦИИ СЕТЕВОГО МЕДИАДИСКУРСА

*Аннотация.* Статья рассматривает вопросы интерпретации и понимания текстов глобальных сетевых медиа как одной из задач медиаобразования. Материалом являются прежде всего тексты Интернет-сайта британского канала спутникового телевидения (Би-Би-Си Ворлд). Методологической основой исследования является анализ дискурса. Обсуждается специфика коммуникации в блогах.

*Ключевые слова:* дискурс масс-медиа, медиаграмотность, медиапедагогика, медиабизнес, журналистика.

Педагогика, как и все общество, стоит перед информационным вызовом. Не подлежит сомнению, что возрастает как роль медиареальности в жизни человека двадцать первого века, так и умения интерпретировать ее. Это необходимо для адекватной и безопасной жизни современному человеку, мир которого пронизан медиа, медиатизирован: чего нет в медиа, нет и в жизни. Значение медийной и информационной грамотности подчеркивается ЮНЕСКО. Медиаграмотность – вещь многомерная. К медиаграмотности относится ряд навыков, необходимых для эффективного поиска, критического анализа, использования и размещения информации и медийного контента, значение прав человека в Интернете, понимание способов борьбы с пропагандой ненависти в Интернете кибербуллинга, понимание этических проблем, связанных к доступом к информации и ее использованием, сотрудничество с представителями СМИ и ИКТ в целях содействия равенству, свободе выражения мнений, межкультурному, межрелигиозному диалогу, миру и т.д. Как мы видим, здесь есть и проблемы собственно филологические, и правовые, и информационные.

Риторика торит дорогу в сегодняшних СМИ: фигура диктора сменяется фигурой комментатора, заранее заготовленный текст утрачивает приоритет перед импровизацией свободного разговора *impromptu*, официальная передовица сменяется редакционной статьей. Возникают новые форматы ТВ наряду с зарекомендовавшими себя интервью, ток-шоу, игрой, репортажем. Дикторская речь ярко отличается от фиксации естественной речи в естественной обстановке без ведома говорящего. Речь без бумажки – увеличение и расширение свободных разговорных жанров, отсутствие текста сценария,

непринужденность становятся характеристиками грамотных корреспондентов, комментаторов. Показательны усиление разговорного регистра речи, увеличение устолитературных и явно сниженных языковых средств. Вновь приобретают важность, казалось бы, сугубо академические вопросы о границах просторечия, уместности сленга. Показательно и определенное безразличие к норме. Доходит до утверждений, что в старой дикторской школе норма была средством насилия, пропаганды идеологии и распоряжений власти. Приметой времени становится развязный тон с телеэкрана. Плюс все СМИ стремительно приобретают интерактивный формат. Речь в нем являет собой не устную и не письменную речь – речь электронной фактуры. В качестве черт и тенденций Интернет-коммуникации отмечают активизацию метаязыковой рефлексии, влияние специального подъязыка информатики и информационных технологий, влияние ненормативного (субстандартного) варианта языка на общее употребление, экспансию особенностей молодежного языка, экспансию английских терминов в коммуникации на других языках, усиление в стилистике Интернет-коммуникации либерально-демократических черт, идущих от неформального разговорно-обиходного общения.

Для сетевой журналистики характерны определенные языковые и риторические особенности: с ее информационной емкостью, большой близостью к разговорной речи, преимущественно дедуктивным построением сверхфразового единства, более определенной адресацией сообщений, насыщенностью языковыми средствами, рассчитанными на комический эффект. Гипертекстовость, интенциональность, коммуникативная функция может преобладать над информационной. Новые СМИ обладают явно выраженными особыми свойствами: показательны их гипертекстовость, глобальность, режим реального времени, факультативный звуковой и видеоряд, двунаправленность связи (потребитель информации может стать ее распространителем). Впервые после возникновения масс-медиа в 1920-х годов их значимой характеристикой становится децентрализация.

Продемонстрируем сказанное на примере.

Постоянной темой новостных сообщений является в Великобритании предстоящий Брекзит. Эти сообщения стандартны: напоминают о результате референдума и живописуют его последствия.

### **Theresa May bids to reassure business on Brexit ‘cliff-edge’**

- 1 hour ago
- From the section Business

1141 comments Theresa May has tried to reassure businesses fearing a sudden change in rules once the UK leaves the EU.

Speaking at the CBI conference, Mrs May promised early agreement on the status of UK nationals in Europe and EU nationals in the UK.

«People don't want a cliff-edge; they want to know with some certainty how things are going to go,» she said.

В этих новостных сообщениях привлекают внимание и комментарии, не меньше, чем стандартно построенные тексты (можно ли ожидать в последних чего либо, кроме успокоительных заверений?!).

***Comment number 1139. Posted by Wolfgang The Wise***

on 2 minutes ago

At present the EU is in panic mode, which the first French Primary made much worse. Both the left & centre right parties are in disarray, as Le Pen increases in popularity. Even if right wing parties do not win power, their support will continue to grow, driven by the EU Elite's intransigence. Over the next 18 months support for Free Movement will dwindle under the pressure, forcing EU to act, & curb it.

***Comment number 1138. Posted by Mountain Girl***

on 2 minutes ago

1118. Montys Flying Circus

Democracy – Referendum was for Brexit, Brexit it will be. = please stop whining about it.

***Comment number 1136. Posted by Melodymaker***

on 3 minutes ago

Farkyss «Judging by your refutation, it's not post-truth we're in, it's post-logic» You were blaming millenials for policy that is nearly 100 years old. I understand the problem.

Unlike Leave campaign I was aware a Leave vote would break up UK The Irish will be forced to choose EU or UK (What's left of it). They'll pick EU and then Unify.

***Comment number 1135. Posted by oldrottenhead***

on 3 minutes ago

Yes big business come to Britain post brexit you won't have to worry about your workforce having rights.

***Comment number 1134. Posted by John\_from\_Hendon***

on 3 minutes ago

1108. Haircraftcarrier

Strop hurling insults and provide a logical and rational argument – oh you can't as you are so poorly informed and educated you are unable to do so.

Or are you one of the racist/xenophobic Britain hating bigot who lives in a fantasy World and wants to destroy the UK, its jobs and its social and moral standards.

***Comment number 13 Posted by oldrottenhead***

on 4 minutes ago

Yes big business come to Britain post brexit you won't have to worry about your workforce having rights.

***Comment number 1132. Posted by Rover***

on 4 minutes ago

Wake up people – whatever happens it will have nothing to do with what you or I want – banks, businesses and financial houses tell governments what to do. It's always the way. Capitalism above everything. May was useless as home secretary and is proving equally useless as a Prime minister.

***Comment number 1123. Posted by flipmode***

on 7 minutes ago

'Theresa May bids to reassure business on Brexit 'cliff-edge' There is no cliff edge. Scare stories, again. Nothing to see here.

Рассмотренные комментарии – прекрасная иллюстрация к сказанному о новых медиа. Они оперативны, они эмоциональны, язык и построение фразы в них особое, фактура речи «ни устная, ни письменная». Главное – они являют собой палитру интересных смыслов по указанной риторической теме.

Медиаграмотность приобретается в результате медиаобразования. Для филологов актуально то, что рассматриваются современные формы представления медиадискурса и готовность читателя понимать эти формы, вырабатываемую в процессе обучения и самообучения дискурс-анализу. Активно обсуждается проблема метода анализа в современных медиакоммуникативных исследованиях: как изучать дискурс в сетевых СМИ, какие методы может предложить социология? теория дискурса? риторика? лингвистика?

Методом рассмотрения медиатекстов является анализ дискурса. С семидесятих годов к суждению о мире привлечены дискурсивные исследования – в их развитии от З. Харриса, через Т. Ван Дейка и Р. Водак, до Д. Юла, Д. Брауна, Д. Шифрин, Д. Таннен, Н. Фарклау, М. Йогнесен и др. мы можем отметить, что в американской традиции дискурсивный понимается практически как неориторический, а дискурс-исследования смыкаются с имеющей богатую традицию и инструментарий хорошо институализированной риторикой. Показательны в этом направлении отечественные дискурсивные исследования. Сошлемся и на нашу серию работ, посвященных языковым и риторическим особенностям политического дискурса в масс-медиа [1–3].

Демонстрация реального читателя через комменты к текстам, возможность через вербальное поведение, через речевой портрет реального читателя судить о состоянии аудитории, прочтение блогов на сайтах традиционно печатных некогда СМИ заставляет нас понять фигуру просьюмера. Контент, генерируемый пользователями (UGC), повсеместно модерировается на сайтах онлайн-медиа. Модный ныне термин web 2.0. подразумевает второе поколение сервисов в Сети, качественным образом отличающееся от взаимодействия между веб-страницами первого поколения, где взаимодействие осуществляется посредством гиперссылок. Девиз сервисов нового поколения – социальность и мобильность. Стираются различия между потребите-

лями информации и ее авторами. Блог-платформы, их доступность сделала публикацию в сети обычным делом. Контент, генерируемый пользователями, имеет свои риторические и лингвистические особенности. Входит в моду интерактивность – это комментирование событий, и создание групп пользователей, и наличие возможностей мобильного доступа с любого устройства, имеющего выход в Интернет. Некоторым функционалом становится удобнее пользоваться онлайн. Современные технологии переселяют потребителей в сеть Интернет.

В современной науке наметилось особое поле исследований, особая исследовательская парадигма – междисциплинарные медийные исследования. Эти исследования многолики: они с неизбежностью включают в себя не только чисто филологические (как ведет себя язык на газетной полосе, какие изменения в языке отражают медиа, каковы взаимовлияния языка и медиа), но и социально-психологические (как медиа влияют на жизнь людей), социологические (маркетинг журналистики), социальные, философские, просветительские, культурные, экономические, правовые, информационные (специфика массовой информации, новые среды журналистики) и другие вопросы.

Роль сетей в информационном обществе сводится и к проблематике горизонтального взаимодействия и координации в условиях полицентричного общества, и к антиистеблишментской деятельности и формам протестной активности. При этом неформальные сети поддержки объединяют отдельных граждан, семьи, различные негосударственные, некоммерческие и этнические сообщества, являются одной из форм преодоления «институционального дефицита», возникающего из-за отставания институционализации социальных отношений, представляют собой краудсорсинговые платформы (в их оппозиции сетям клиентелистского типа). М. Кастельс писал о создании сообщества как самоорганизующейся локальной сети реально взаимодействующих в Интернете людей, использующих для этого то или иное, но общее для всей группы средства общения. Показательна ценность горизонтальной и свободной коммуникации, глобальной свободы слова. Показательно, что эти коммуникативные потоки очень интересны с языковой и коммуникативной точек зрения.

### **Литература**

1. Бушев А.Б. Парадоксы воспитания: медийное освещение волнений в Великобритании в августе 2011 года // Общество и этнополитика: материалы Пятой Междунар. Науч.-практ. Интернет-конф., 1 апреля – 1 мая 2012.,, СибАГС, под науч. ред. Л.В. Савинова – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2012. С. 226–230.



2. Бушев А.Б. Особенности политического дискурса в СМИ (на примере освещения событий в Египте 2013 года)// Матеріали ІV Міжнародної наукової конференції «Проблеми галузевої комунікації, перекладу та інтеграційні процеси в суспільстві». – Х. : Академія внутрішніх військ МВС України, 2014. – С. 23–25.

3. Бушев А.Б. Как учиться интерпретировать глобальные медиа? / Язык в пространстве коммуникации и культуры. Материалы VI Международной научной конференции по актуальным проблемам теории языка и коммуникации. 29 июня 2012 г. (ред. Н. В. Иванов) – М.: Книга и бизнес, 2012. С. 158–168.

*Alexandre B. Bouchev*

### **INTERPRETING MEDIA DISCOURSE**

*Annotation.* The article discusses concrete case studies in media education of the recent years. The article sums up the theories of media education in the sphere of global media comprehension. The material under study is the discourse of the British mass media in the Internet and British satellite television (BBC World). The methodological approach is represented by discourse analysis. The paper singles out main recurrent characteristics of blog communication.

*Keywords:* media literacy, media education, journalism discourse, mass media.

## ОБ ОРТОЛОГИЧЕСКОМ СБОЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ ЖУРНАЛИСТА

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы, связанные с отклонениями от литературной нормы (ортологическими сбоями) в речи журналистов центральных и региональных СМИ. Обозначаются типы ортологических ошибок; дается комментарий к такого рода ошибкам.

*Ключевые слова:* литературная норма; типы норм; средства массовой информации; ортологический сбой.

**Ж**урналистика — «срочная словесность», по В.И. Далю, — всегда являла собой сферу повышенной речевой ответственности. И сегодня язык СМИ многими воспринимается как эталон, образец для подражания. Можно назвать немало имен журналистов, язык которых отличается образностью и выразительностью, богатством лексики и разнообразием грамматических конструкций, множеством интересных средств диалогизации текста.

Справедливым будет заметить: для многих журналистов аксиомой является и соблюдение основных норм в области произношения, ударения, словоупотребления, грамматики, правописания. Однако нельзя отрицать и тот факт, что «активность СМИ, их установка на живое непринужденное общение не только повлияли на изменение норм литературного языка в сторону их либерализации, но и изменили психологическое отношение населения к языку, явно стимулирующее расшатывание литературных норм, ставящее под сомнение их незыблемость и обязательность» [1: 76].

Обширная литература, посвященная проблеме речевых ошибок в СМИ (монографии, учебные пособия, статьи в специализированных периодических изданиях), безусловно, подтверждает сказанное (см., напр.: [2; 4; 7; 9]). Об актуальности обозначенной проблемы свидетельствуют, как представляется, и многочисленные и разнообразные ортологические сбои, обнаруженные нами в последнее время в печатных и телевизионных СМИ — как центральных, так и региональных (преимущественно астраханских). Полагаем, что каждое из такого рода нарушений может быть охарактеризовано как коммуникативная неудача, как «разрушение коммуникативного замысла сторон» [5: 106].

Так, весьма заметными для образованного человека являются нарушения лексической нормы. Самыми, пожалуй, распространенными случаями ее деформации являются тавтологические и плеонастические построения: «**Территориально** военный городок находится на **территории** Оренбургской области» (НТВ 18.02.13); «На сцене **попеременно друг друга сменяли...**» (Вести-Астрахань 08.11.12); «**И все повторяется снова...**» (Россия 11.06.15); «Астраханская область – один из немногих регионов, где гандбол **активно процветает**» (Вести-Астрахань 15.09.14).

В речи некоторых журналистов наблюдаем ошибки, связанные с незнанием точного значения слова. Результат — смысловые «нестыковки» в тексте. Например: «**А Вы знаете, как Ваших соседей зовут? Если не знаете, значит, Вы житель большого города... Но это теория. А теперь давайте перейдем к **сугубой** практике**» (ОРТ 04.03.13). Зададимся вопросом: насколько оправданно употребление слова *сугубый* в этом высказывании? Обратимся к словарю: *сугубый* — 1) вдвое больший, двойной (уст.); 2) очень большой, особенный [6: 675]. Как видим, представленные в словаре значения слова *сугубый* никак не могут оправдать его употребление в приведенном контексте.

Назовем и такой тип ошибок, как неразличение (смешение) слов, составляющих в русском языке паронимическую пару. Подтвердим данный тезис: «**В мае здесь **хозяйствовали** смерчи**» (ОРТ 08.09.16) — *смерчи*, конечно же, *хозяйничали*. Еще пример: «**Бдительная продащица, усомнившись в 18-летнем возрасте покупателя, попросила **предоставить** паспорт**» (астраханская областная газета «Волга» от 30.01.13). Контекст подсказывает: продащица попросила паспорт не *предоставить*, а *представить* (предъявить, показать).

При выборе слова журналист должен учитывать не только те значения (прямое и переносные), которые присущи слову, но и его лексическую сочетаемость. Вот несколько примеров нарушений такой сочетаемости: «**...все **дороже** цены на лекарства**» (Вести-Астрахань 11.02.15) — цены могут быть выше или ниже; «**он [Трамп] **делал** много предвыборных обещаний**» (ОРТ 10.07.17) — обещания не делаются — даются; «***произошла* видеоконференция контактной группы**» (Россия 14.03.15) — видеоконференция может быть проведена, организована.

Особо следует сказать об ортологических сбоях, связанных с употреблением журналистами фразеологических оборотов. Чаще всего, по нашим наблюдениям, в текстах СМИ наблюдаются различного рода нарушения формы фразеологизма, состоящие в неправомерной замене одного из компонентов оборота, в немотивированном расширении его лексического состава, грамматическом видоизменении фразеологизма и т. д. Подтвердим сказанное: «**Оно [вещество] **играет** очень большое влияние в нашем организме**» (Россия 21.02.17); «**Мы будем бороться за него [амурского тигра] до самого **последнего конца****» (НТВ 11.02.14); «**Переговоры **дают надежды** на прекра-**

52 | щение огня» (ОРТ 06.02.15); «Он нечист на руки в прямом смысле слова» (Россия 12.08.15).

Ортологический сбой в речи журналиста может носить грамматический характер. Обратимся к типичным случаям нарушений такого рода.

Одна из самых распространенных морфологических ошибок, как показывают наблюдения, связана со склонением составных количественных числительных: «*Чтобы утвердить кандидатуру, требуется согласие шестьдесят одного депутата*» (5-й канал 15.11.11); «*В целом по стране около семиста заявок*» (Вести-Астрахань 02.04.17); «*Последний звонок прозвучит в двухсот семидесяти семи учебных заведениях Астраханской области*» (Вести-Астрахань 20.05.17).

К распространенным случаям деформации морфологической нормы следует отнести смешение в речи показателей синтетической и аналитической форм сравнительной или превосходной степеней сравнения имен прилагательных, а также наречий. Такие конструкции имеют просторечную окраску и являют собой типичный случай грамматической плеонастичности: «*А теперь об этом и многом другом более подробнее*» (Вести-Астрахань 19.03.15); «*Это один из самых старейших международных договоров*» (ОРТ 01.12.15).

К ортологическому сбою грамматического характера может привести невнимательное отношение журналиста к местоимению — части речи, которая употребляется вместо имен и может внести неопределенность, неясность в смысл высказывания. Так, одна из публикаций астраханской областной газеты «Волга» от 28.03.13. имеет заголовок: «*Безработный выпускник вуза — показатель его неэффективности?*» Возникают вопросы: Чьей неэффективности? Выпускника? Вуза? Еще пример из той же газеты от 26.02.13: «*Также, по словам представителей РСС, предложение руководителей вузов пагубно скажется на их успеваемости*». Чьей успеваемости? Неужто руководителей вузов?! Или все-таки представителей РСС?

Нередкое явление в текстах СМИ — ортологические сбои синтаксического характера. Так, по преимуществу в устных жанрах публицистики регулярно встречаем ненормативное построение высказываний с обстоятельствами, выраженными деепричастными оборотами: «*Посмотрев сюжет, все-таки приятно, что мы можем влиять на цены*» (ОРТ 18.02.16); «*Следуя таким простым советам, рабочий день пройдет легко и плодотворно*» (Вести-Астрахань 25.02.15). Заметим: ошибки допускают и те авторы, которые знают правила построения такого рода конструкций. В этих случаях, очевидно, «сам процесс живого говорения... исключает возможность обдумывания и сознательного упреждения даже известной говорящему речевой ошибки» [3: 111]. Именно поэтому ортологи советуют свести к минимуму использование деепричастных оборотов в устной речи (в том числе, безусловно, в речи публицистической).

Обратим также внимание на проблему, связанную с весьма частым ненормативным использованием журналистами конструкций «о + предл. падеж»: «*О том, как соблюдается гуманитарная пауза, можно наблюдать в прямом эфире*» (ОРТ 20.10.16); «*Мы обсуждаем о том, как смотрит Вашингтон на эту проблему*» (НТВ 28.10.16). Исследователи полагают: столь широкое использование названной конструкции не только с глаголами речи/мысли (ср.: говорили о том, как; прочитали о том, что и под.), но и с другими глаголами духовной деятельности объясняется «действием в устной речи закона аналогии и стремлением говорящего к унификации языковых явлений» [4: 185].

В завершение приведем еще несколько высказываний, в которых усматривается не просто ортологический сбой... Здесь — отсутствие логики и элементарного здравого смысла, необдуманный подход и к выбору слов, и к построению фразы в целом: «*Пострадали три человека и грудной ребенок*» (Астрахань-24, «бегущая строка» 24.02.15); «*Пьяный водитель не способен трезво оценить ситуацию на дороге*» (Россия 16.07.17); «*Большинство жильцов провели эту ночь у родственников, около 27 — в общежитии*» (ОРТ 17.02.16).

Итак, представленный в данной статье материал позволяет сделать вывод о достаточно частых и разнообразных случаях деформации литературной нормы в профессиональной речи журналиста. Да, «речевые ошибки вечны». Да, они «существуют и будут существовать как... оборотная сторона нормы» [8: 28]. Однако для человека, чьей профессией стала «срочная словесность», и сегодня весьма актуально звучит пожелание известного сатирика М.М. Жванецкого: «ТщательнЕе надо, тщательнЕе!».

... Кстати, любой грамотный, обладающий чувством юмора носитель языка увидит в акцентологической «ошибке» М.М. Жванецкого не ортологический сбой, а особый стилистический (и публицистический!) прием! Впрочем, это, как говорится, «уже совсем другая история»...

### Литература

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пос. М.: Логос, 2001.
2. Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М. Не говори шершавым языком: О нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ: монография. М.: Галерея, 1999.
3. Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. 3-е изд., испр. М.: Просвещение, 1989.
4. Кормилицына М.А. О чем не должен забывать журналист? (Речевая культура журналистов) // Чтобы Вас понимали: Культура русской речи и речевая культура человека: учеб. пос. / Под ред. О.Б. Сиротининой. М: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2015. С. 165–185.

5. Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М.: Флинта: Наука, 2003.
6. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1985.
7. Панченко И. СМИ получили отметки по русскому // Журналист. 2015. № 7.
8. Русецкий В.Ф. Речевые ошибки как языковое явление // Русский язык в школе. 2005. № 2.
9. Сурикова Т. Все поля обойдем, соберем, и поседем, и вспашем // Журналист. 2016. № 12.

*T.I. Vostrikova*

### **ABOUT THE ORTHOLOGICAL FAILURE IN THE PROFESSIONAL LANGUAGE JOURNALIST'S**

*Annotation.* The article deals with issues related to deviations from the literary norm (orthological failures) in the speech of journalists of Central and regional media. These are the types orthological errors; comments are given to this kind of errors.

*Keywords:* literary norm; kind of norms; mass media; orthological failure.

## СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ МОДЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ)

*Аннотация.* В статье представлены результаты исследования современного дискурса моды, актуализируемого в пространстве глянцевого журнала, в аспекте использования в нем средств речевого воздействия. Автор статьи рассматривает и анализирует средства разговорного стиля, прецедентные высказывания, метафоры, эпитеты, заимствованную лексику и приходит к выводу о том, что они обладают высоким воздействующим потенциалом.

*Ключевые слова:* гляцевые журналы; медиадискурс моды; речевое воздействие; средства разговорного стиля; прецедентные высказывания; метафоры; эпитеты; заимствованная лексика.

**Н**а сегодняшний день неоспоримым фактом является все возрастающая роль медиа в жизни социума и их влияние на массовую аудиторию. Для привлечения и удержания внимания адресата, а также реализации воздействия на его сознание и поведение медиаторы используют как информативную составляющую транслируемых сообщений, освещающих различные стороны действительности и представляющих интерес для массового зрителя или читателя, так и широкий спектр особых приемов их подачи.

Как подчеркивает В.Г.Костомаров, «внимание аудитории обеспечивается попеременной на кратких отрезках сменой содержания, разнообразием тематики, сенсационностью, а главное – перебивками собственно информации экспрессивными оценками, различными «ловушками внимания» (catch-words)» [4: 175]. Думается, что к последним можно отнести как различные средства реализации категории разговорности, используемые с целью сокращения дистанции между медиаторами и массовой аудиторией, так и способы креативного оформления и нетривиальной формы подачи фактической информации разной тематики, делающей язык медиа образным и ярким, а его дискурсивное воплощение – эффектным и запоминающимся.

В данной статье рассмотрим средства речевого воздействия в медиадискурсе моды, актуализируемом в пространстве глянцевого журнала. Под *медиадискурсом моды* понимается совокупность актуализированных текстов

на тему моды, порождаемых представителями индустрии моды и функционирующих в пространстве масс-медиа, в их взаимосвязи с внеязыковой действительностью. Далее мы представим и проанализируем только те языковые средства, которые обладают, на наш взгляд, наиболее показательными параметрами, отражающими особенности экспликации дискурса моды в современных глянцевах журналах.

Говоря об инструментарии речевого воздействия, используемом медиаторами в журнальном дискурсе моды, прежде всего, необходимо отметить использование **средств разговорной системы**, как то: разговорная лексика: «*Приятные вещи в стиле мимими должны быть у каждой девушки*» («Cosmopolitan» январь 2016); «*В образе, как и в хорошем коктейле, все должно быть красиво, гармонично и без лишних заморочек*» («Glamour» декабрь 2016); обращение на «ты»: «*Если ты не знаешь, что надеть, какой дресс-код или формат мероприятия, всегда выбирай маленькое черное платье*» («Cosmopolitan» сентябрь 2015); вставные конструкции: «*Ностальгируем по цветущей весной сирени или цвету отпускных морских волн или (ну давайте, смелее!) облачаемся в темно-красный*» («ELLE» июль 2017); парцеллированные конструкции: «*Часы словно из сказки. Русской!*» («Л'Этуаль» март 2017). Такие «сигналы» разговорности не являются результатом простого смешения стилей, а намеренно избираются журналистами, помогая «максимально эффективно реализовать стратегию близости и тем самым успешнее воздействовать на читателя. Создается впечатление живого устного межличностного общения, имеющего место в обиходной сфере коммуникации» [3: 26].

Иллюзию вовлеченности читателя в живой разговор также помогает создать использование вопросительных предложений, близких к риторическим вопросам, предполагающих однозначный ответ, который формально не выражается: «*Опасаетесь, что ботфорты превратят вас в Вивьен из «Красотки»? Берите пример со звезд и выбирайте сапоги из замши – провокационные, но не вульгарные*» («Glamour» ноябрь 2015); «*Знаете, как должны выглядеть очень модные туфли? Чуть удлиненный нос, V-образный вырез, открытая пятка и обязательно любой цвет, кроме черного*» («ELLE» июль 2017). После таких вопросов следуют «ответные реплики» журналиста, имитирующего диалог с читателем, содержащие ключ к решению проблемы, заключенной в вопросе.

Распространенным приемом привлечения внимания массовой аудитории является использование журналистами **прецедентных высказываний**, которые вслед за В.В. Красных мы определяем либо как репродуцируемый текст-источник, либо как собственно-языковую единицу (словосочетание, предложение, фраза) [5: 100]. В письменных медиа, транслирующих информацию о моде, велика их доля в заголовках. Как подчеркивает С.М. Гуревич, «яркий заголовок, привлечший читателя своим содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть стоящую



под ним иллюстрацию. Он играет роль крючка, заглотнув который, читатель знакомится со своим «уловом» – всей публикацией» [1: 46].

Приведем примеры заголовков, демонстрирующих использование и варьирование прецедентных высказываний: «*То и пожнешь. Собираем богатый урожай часов и ювелирных украшений...*» («Glamour» октябрь 2016); «*Весело шагать. Выбрав обувь в соответствии с актуальными тенденциями, ты всегда будешь на высоте!*» («Cosmopolitan» апрель 2017); «*Лети, лепесток: С легкой руки дизайнеров наивные рисунки «вышли в люди» – и теперь украшают базовые вещи гардероба*» («ELLE» июль 2017); «*Овчинка стоит выделки. Смело надевайте мини и ботфорты – дубленка снизит накал страстей!*» («Glamour» декабрь 2015); «*Резать к чертовой матери. Как звезды носят неровно обрезанные джинсы*» («Cosmopolitan» январь 2016).

Данные заголовки представляют собой частичное воспроизведение поговорки «Что посеешь, то и пожнешь», строчки известной песни «Вместе весело шагать по просторам...», волшебного заклинания из сказки В. Катаева «Цветик-семицветик» («Лети, лети, лепесток, через запад на восток...»), трансформацию поговорки «Овчинка выделки не стоит», сокращенную цитату из фильма «Покровские ворота» («Резать к чертовой матери, не дожидаясь перитонитов»). Комбинация лексических единиц, конструирующих дискурс моды, и прецедентных высказываний (часто трансформированных), отсылающих к фольклору, художественной литературе, мультфильмам, кинофильмам и мн. др., определенно воздействует на реципиента, активизируя в процессе их восприятия привлечение фоновых знаний из множества областей жизни.

Одним из мощных средств воздействия на массовую аудиторию являются **метафоры**, не только придающие речи экспрессивность, но и служащие, по справедливому замечанию многих исследователей, манипулятивным приемом миромоделирования. Продуктивным способом образной характеристики предметов моды в журнальном дискурсе моды является метафорическая проекция лексики из различных областей общения на сферу моды, например, экономики: «*Пышная брошь с перьями – выгодное капиталовложение этой осени*» («ELLE» сентябрь 2016); политики: «*Поправку в дресс-коде сделали только на объемные плечи и свободный крой*» («ELLE» июль 2017); кулинарии: «*Специально для тебя мы приготовили согревающий коктейль из джемперов и дубленок*» («Cosmopolitan» январь 2016); медицины: «*Наряды цвета лайма и лимона мгновенно излечат гардероб от зимнего авитаминоза и помогут существенно сэкономить*» («Glamour» апрель 2012); спорта: «*Каждый сезон в компании сумок появляется лидер. Некоторые живут в этом качестве десятилетиями, другие сходят с дистанции через сезон*» («Glamour» октябрь 2016). Метафорическое употребление лексических единиц, релевантных для различных сфер жизнедеятельности, усиливает экспрессивное воздействие на адресата за счет появления новых оттенков и смыслов и дает возможность

переосмыслить моду и ее артефакты как систему экономики, органы власти, медицинское лекарство, кулинарное искусство, спортивные состязания и др.

Отличительной чертой письменного медиадискурса моды является высокая степень экспрессивной окрашенности вербализуемых в нем прилагательных. Стоит отметить особую специфику цветовых обозначений предметов моды. Помимо прямых наименований, обозначающих цвет или рисунок ткани или материала, среди них функционируют **эпитеты** – прилагательные, которые лежат вне поля цветовых обозначений, однако активно используются как одно из средств экспрессивной субъективной характеристики оттенков цвета или особенностей рисунка: «сдержанные и приглушенные цвета», «нескучный цвет», «неглупый цвет», «сочные цвета», «наивные рисунки», «психоделические принты», «ординарный цвет», «банальный цвет». По сравнению с прилагательными, непосредственно указывающими на цвет или оттенок (например, *красный, черный, голубой, ярко-розовый* и др.), они обладают гораздо большей степенью выразительности и расцениваются как средство воздействия на реципиента.

Нередко можно встретить дискурсивные фрагменты с переизбытком эпитетов, апеллирующих к эмоциям адресата и к его ассоциативному мышлению и составляющих вместе с объективными характеристиками непрерывный ряд: «*Струящиеся нежные и невесомые ткани, тончайшие цветочные принты – настоящая жемчужина летней коллекции бренда*» («Л'Этуаль» март 2017); «*ДНК бренда Escada – роскошное качество, безапелляционная женственность, безупречный крой и смелое использование цвета*» («Л'Этуаль» март 2017). Такие высказывания, демонстрирующие использование большого количества эпитетов с мелиоративным оценочным компонентом, являются характерным признаком рекламных сообщений о моде, направленных на формирование у адресата нужного адресанту положительного образа рекламируемой продукции.

Еще одним средством воздействия на адресата в журнальном дискурсе моды является использование **заимствованной лексики**. Стоит отметить, что употребление иноязычных слов, номинирующих и описывающих модные реалии, во многих случаях обусловлено отсутствием их русскоязычного эквивалента. Так, безэквивалентными лексемами являются такие названия деталей гардероба, как *свитшот, бомбер, дафлкот, слипоны, криперсы, клатч* и мн. др. Однако в тех случаях, когда заимствованные слова имеют соответствующий русскоязычный аналог или иноязычное слово не является обозначением модной реалии, можно утверждать, что их использование продиктовано не чем иным, как стремлением адресанта воздействовать на адресата через иностранное слово, которое, по наблюдениям Э.А. Китаниной, определено имеет прагматическую отмеченность [2].

Далее приведем примеры высказываний, в которых заимствованные лексемы являются не просто обозначением модных реалий, но и завуалированным средством воздействия на реципиента: «*Опять двойка: крос-топ с открытыми*

плечами неудачно подчеркнул геометрию тела Хлои Морец» («Glamour» апрель 2016); «Классическое сочетание из 80-х – свитер *оверсайз*, заправленный в юбку-карандаш, и пояс-кушак на талии» («Cosmopolitan» сентябрь 2015). В качестве комментария к данным примерам позволим себе представить, что в высказываниях заимствованные слова употребляются в их переводном русскоязычном аналоге (кроп-топ = укороченная майка, свитер оверсайз = безразмерный свитер). Очевидно, что без заимствованной лексики высказывания выглядят не так выигранно, что доказывает их прагматически обусловленное фактическое использование, рассчитанное на оказание воздействия на реципиента.

Таким образом, наше исследование показало, что особенностью репрезентации дискурса моды в глянцевах журналах является использование широкого арсенала средств речевого воздействия, характерных для современного медиадискурса. Обладая повышенным прагматическим потенциалом, они способны привлекать внимание адресата к коммуникации на тему моды и медиaproдукту в целом, а также активизировать ментальные процессы в сознании реципиента и способствовать формированию определенных ценностных установок.

### Литература

1. Гуревич С.М. Номер газеты. М.: Аспект Пресс, 2002. – 192 с.
2. Китанина Э.А. Прагматика иноязычного слова в русском языке: Монография / РГЭУ «РИНХ». – Ростов-на-Дону, 2005. – 416 с.
3. Кормилицына М.А. Стилистическая контаминация в современном медиадискурсе (на материале печатных СМИ) / Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А.Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2015. – Вып. 15. С. 23–37.
4. Костомаров, В. Г. Стилистика. Компендиум лекций, прочитанных в 2003/2004 учебном году бакалаврам Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина [Текст] / В. Г. Костомаров. – М. : [б. и.], 2012. – 255 с.
5. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.

*V.A. Gaputina*

### MEANS OF SPEECH EXPOSURE IN MODERN MEDIADIS COURSE OF FASHION (ON THE MATERIAL OF GLOSSY MAGAZINES)

*Annotation.* The article presents the results of the study of modern fashion discourse, updated in the space of glossy magazines, in the aspect of the use of means of speech influence in it. The author of the article examines and analyzes the means of conversational style, precedent statements, metaphors, epithets, borrowed vocabulary and comes to the conclusion that they have a high influence potential.

*Keywords:* glossy magazines, mediadiscourse of fashion, speech impact, conversational style tools, precedent statements, metaphors, epithets, borrowed vocabulary.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЦЕПТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ТРЕНИНГАХ ВЫРАЗИТЕЛЬНОЙ РЕЧИ МЕДИАЖУРНАЛИСТА**

*Аннотация.* В статье анализируются возможности применения достижений современной науки для реализации эффективных педагогических подходов к развитию речевых компетенций студента-медиажурналиста в условиях высшего профессионального образования с целью личного и профессионального творческого развития.

*Ключевые слова:* риторика; творческое развитие; речевая компетентность; медиажурналистика; перцептивная лексика; педагогические инновации.

**В** современном обществе в связи с интенсивным развитием речевых коммуникаций и принципиального изменения языковой ситуации в новом информационном пространстве возникает потребность инновационных подходов в словесно-риторическом образовании в гуманитарных вузах, в школах. Особо важным решение этой проблемы представляется в такой интенсивно развивающейся области как медиажурналистика, в том числе в подготовке студентов данного направления. Риторика и речеведческие дисциплины являются базовыми для медиажурналистов и преподаются в вузах соответствующего профиля. В многопрофильных вузах, таких как, например РГУ им.А.Н. Косыгина, реализованы несколько профилей и магистерских программ, ориентированных на сферу медиажурналистики. Комплекс предметов составляют риторика, техника речи, актерское мастерство, мастерство телеведущего и другие.

Базовые основы исследования, результаты которого кратко изложены в данной статье, это достижения психолингвистики, театральной педагогики, риторики. Подходы театральной педагогики, связанные с устной речью (словесной импровизацией или освоением чужого текста как своего в процессе речи) входят в педагогический инструментарий преподавателей риторики, мастерства телеведущего и, разумеется, актерского мастерства и сценической речи (техники речи). Театральная педагогика имеет богатый арсенал средств развития способностей к ролевому театру и кино, публичному выступлению, в том числе на экране, базируется на объективных закономерностях творче-

ства актера, включая процессы переживания, перевоплощения, артистизма публично выступления, закономерности публичного общения.

Элементы театральной педагогики в преподавании предметов, связанных с речью, на наш взгляд должны базироваться на ясном понимании и практическом освоении методик, позволяющих человеку (оратору, актеру) управлять процессом возникновения образов.

В то же время терминология системы Станиславского, вошедшая в обиход еще в начале 20 века, и сохраняемая как основа русской психологической школы, может быть понята студентом без дополнительного уточняющего комментария не совсем точно. В данном исследовании рассматриваются такие термины системы Станиславского как *воображение* и *видение*, с которого (вместе с понятием *внимание*) начинается обучение актера. Система великого реформатора театра базировалась на достижениях современной ему психофизиологии. Но термин «воображение» один из сложнейших, дефиниция которого очень подвижна и многократно изменялась со времен Платона.

И здесь необходимо начать с термина психологии представление, понимаемый как воспроизведенный образ предмета, в нем отражается опыт людей. Это субъективный образ предметного мира, он не реален, но воздействует на наши органы чувств. *Воображение* как бытовой термин – это процесс создания и размещения в воображаемой сфере подобных представлений, спонтанно или преднамеренно. Но в то же время *воображение* может употребляться синонимично *фантазии*, когда подчеркивается именно возникновение образа как целостной невербальной структуры, ранее отсутствовавшей в опыте. «Проблема общения тесно связана с психологической проблемой восприятия окружающего мира, а значит с уже имеющейся в сознании индивида языковой картиной мира. Картина мира – это реальность человеческого сознания, часть ментально-лингвальной системы наряду с сознанием и языком» [10: 437, перевод наш – Г.Г.] Человеку доступно оперирование образами составляющих сферу воображения предметов, без выполнения реальных практических действий с ними.

Мимика – одно из важнейших выразительных средств оратора. Но мышцы, обеспечивающие микромиимику и выражающие эмоции, не управляются человеком сознательно. Как известно, психофизиологические основы этого процесса требуют нахождения иных механизмов управления этими мышцами, это превращается в проблему управления эмоциями, что, как понимал еще Станиславский, невозможно напрямую. Только образно-чувственная сфера – целостное видение, как это называл Станиславский – помогает вызвать нужные эмоции.

Под термином *видение*, в котором означающее казалось бы указывает на процесс зрения, на самом деле подразумевается весь комплекс ощущений, что ясно из контекста пояснений Станиславского и ситуаций, когда он работал

с термином на конкретных примерах с актерами-студентами, подразумевая комплексное, созданное по всем сенсорным системам, представление.

Перцептивное (непосредственное) знание отражает жизненный познавательный опыт человека. Перцептивная лексика способна стимулировать возникновение воображаемой реальности как вербальная репрезентация показаний пяти органов чувств: зрения, слуха, осязания, вкуса и обоняния. Современные достижения психолингвистики, а именно относительно молодой лингвосенсорика как современной науки о речи (Василевич А.П.[1], Харченко В.П.[9], Колбенева М.Г.[5] и другие исследователи) могут способствовать более глубокому проникновению в закономерности речевого процесса.

Возможно, отсутствие достижений лингвосенсорика в учебных пособиях это следствие некоторой инертности процессов внедрения новых достижений науки в учебный процесс. Но так как многое зависит от творческих инициатив преподавателей, в том числе в области речевого воспитания студентов, некоторые научные достижения находят свое место в лекционном материале и применяемых методиках.

В то же время можно выделить и другие причины. Думается, что неакцентированность сенсорных слов в иерархии ценностей – это своеобразное подтверждение отставания чувственной сферы у современного человека по сравнению с понятийной и эмоциональной. Эта своеобразная «битва поста и карнавала» проявляется и в сфере журналистики в том, что происходит вытеснение сенсорной лексики сухими фактами, понятийной лексикой. В рамках обучения медиажурналистов на уровне высшего профессионального образования представление о задачах и целях журналистики лежит в большей степени в плоскости понятийной и эмоциональной лексики.

Кроме того, компьютерно-опосредованное общение с его динамикой, краткостью и возможностью дать в дополнение к высказыванию визуальный материал вытесняет перцептивную лексику.

Но, как мы утверждали ранее, «сенсорика как третий элемент триады – когнитивное, эмотивное, сенсорное – после ряда убедительных научных исследований может быть, на наш взгляд, актуализирована в образовательном процессе, наряду с когнитивным и эмотивным аспектом» [4: 25]. Это действенное средство выразительности. Образно говоря, аромат яблок в саду воображения также захватывает чувственную сферу восторгом жизни, как и воздух реального сада, насыщенного сладкими ароматами осени. Эта воображаемая сфера отделена от эмпирического мира действительных процессов и событий.

В данном исследовании нами предлагается термин мнимая реальность, который может помочь студентам в понимании подлинной дефиниции терминов Станиславского видение и воображение. Кроме того, К.С. Станиславский очень часто употребляет выражение внутренних: «увидеть внутренним взором», а также визуальный термин кинолента (хотя подразумеваются все

5 чувств), он пишет «внутренние видения должны стать манками для чувства и переживания в области слова и речи» [7: 84. ]

Думается, что мнимая реальность субъективно существует вонне человека, подобно реальности объективной (хотя это мнимое подобие) и это легко доказуемо эмпирическим путем (это рассматривается ниже в материале предложенного тренинга). Но со стороны, она воспринимается как бы «внутри» мышления человека, который ее творит, скрыта от остальных.

В данной статье мы не рассматриваем различия памяти и воображения-фантазии, не выясняя до какой степени мнимая реальность есть память, а до какой – воображение, опираясь на понимание еще Кантом этой проблемы как репродуктивного (воссоздающего) и продуктивного (творческого) воображения. Эти градации в современной психофизиологии также имеют достаточно новые понимания сегодня. Необходимо различать воображение как термин психологии, имеющий очень подвижную дефиницию, и термин Станиславского, означающий именно способность создавать мнимую реальность или поле расположения мнимой реальности.

В нашем рассуждении достаточно понимания, что, как утверждает психофизиология, «визуализация предметов или представление мелодии способны вызывать изменения в работе сенсорных областей коры головного мозга» [6: 701–702]. В то же время Б.М. Величковский отмечает, что в процессе воображения передние отделы коры, отвечающие за когнитивный контроль, а не восприятие, активизируется, что говорит о двойственности процесса воображения.

Управление воображением в речевом общении – вот ключевой вопрос. «В когнитивной лингвистике и психолингвистике чтение и речевое общение иногда трактуется как процесс применения языковых средств для управления воображением, т. е. для того, чтобы читатель или слушатель представил описываемую ситуацию именно так, как это имел в виду говорящий или автор текста» [6: 702].

Среди инструментария этого процесса применение перцептивной лексики, на наш взгляд, – одно из действенных средств. Хотя нельзя не отметить и иные средства, например порядок слов, влияющий на восприятие. Б.М. Величковский выделяет отношения фигуры и фона. Например «колодец у забора» или «забор у колодца» могут провоцировать разные по размеру представления. Игра с порядком слов помогает студентам освоить этот феномен восприятия и применять это знание в эффективном речевом процессе.

С мнимой реальностью в словесных эквивалентах связана именно перцептивная лексика. Выделение этой мысли как основной на первом этапе обучения дает правильный, на наш взгляд, алгоритм освоения деятельности актера, оратора журналиста-ведущего в учебном тренинге. В традиционной театральной педагогике это не является обязательной изначальной частью освоения работы воображения как термина Станиславского.



Метод наблюдения как целенаправленное изучение предметов, опирается на данные, полученные от органов чувств, его принято считать пассивным, но в данном случае именно этот метод медитативно погружения и наблюдения за работой психофизического аппарата в процессе непосредственного восприятия предмета и сравнение его с воображаемым дает прочувствовать уникальную способность человека создавать в ментальной сфере представление, как новую чувственную реальность, которую можно воспринимать пятью органами чувств. В тренинге, целью которого является создание представления о каком-то предмете, то есть мнимой материализации его в воображении предлагается использовать лексику с семантикой чувственного восприятия в качестве побудителя, активизирующего ту или иную сенсорную систему. Перцептивная лексика в ходе упражнений осознается как некий феномен и с каждым упражнением все увереннее дифференцируется студентами.

Эта дифференциация позволит в дальнейшем студентам будущим журналистам пользоваться различными словами с ясным пониманием – понятийная, эмоциональная или чувственная сфера должна быть активирована в результате высказывания, в результате контакта с аудиторией. То же самое касается и письменной речи.

Приведем в пример некоторые методические приемы, которые могут быть включены в преподавание по предметам гуманитарного цикла, связанным с речью.

Преподаватель предлагает студентам провести эксперимент и на собственном опыте рассмотреть закономерности работы с воображением в речевом процессе.

Критериями оценки развития способностей студентов к выразительной речи и эффективному речевому общению можно считать освоение работы воображения, включение образов в процессе устной речи (на основе освоенного чужого текста). Это контролируется по степени естественности речевого потока, заразительности речи, усилении микромимики, отсутствию физического зажима и естественности дыхания. Критериями оценки речи студента, автором которой является он сам в процессе ораторского выступления, может служить включение им перцептивной лексики в его устную и письменную речь.

Первый этап.

Тестовые задания. Коллективная импровизация.

Преподаватель предлагает рассказать историю, каждый по 2 фразы, следующий продолжает. Может быть любой фантастический сюжет. Преподаватель обращает внимание как мало слов, связанных с чувственными моментами восприятия было употреблено – мало названий цвета, мало звуков и пр.

Лекционная часть. Преподаватель разъясняет термины Станиславского *воображение*, термины психолингвистики *перцепция*, *перцептивная лексика*.



Второй этап.

Практическая часть.

Преподаватель предлагает провести эксперимент посмотреть в воображении далеко на другой берег реки. При этом указывает рукой на стену перед студентами, сам на нее смотрит, телесно указывая и провоцируя их смотреть на стену. Через минуту спрашивает у некоторых, что они видят. Наиболее активные обычно описывают свое видение – осенний лес, небо и пр. При этом они продолжают смотреть «сквозь стену».

Обсуждение.

Преподаватель с юмором замечает, что перед ними стена. И вместе со студентами, не навязывая им свою точку зрения, выясняет «как в первый раз», что феномен человеческого воображения таков, что можно сквозь стену видеть другой берег реки. В беседе со студентами выясняются детали этого процесса на примере переживаний самих студентов.

Третий этап.

Игра в слова. Называют разные слова перцептивной лексики: *красный, громко, синее, дребезжит, запах корицы, иссиня-черный, скользкий, шершавый, звон* и др. Стараются «увидеть», «услышать», «почувствовать».

Обсуждение.

Преподаватель в беседе обсуждает, какие образы у кого лучше получаются, разъясняет, что преобладают разные модальности у разных людей. Как правило, в группе находятся 1–2 человека, у которых модальности развиты примерно одинаково.

Четвертый этап.

### **Игра-этюд**

Цель: апробировать работу воображения в действии – существование в мнимой реальности.

Инструкция: Преподаватель предлагает тему этюда – например, собирать урожай в своем саду-огороде. По условиям они не должны общаться, быть «в одиночестве» в своем саду (могут общаться только с преподавателем, не прерывая действия).

Участники этюда свободно размещаются в пространстве и действуют. Преподаватель может подходить к ним тихо наводящими вопросами про «урожай» активизировать процесс, помогать тем, у кого меньше развито воображение, войти глубже в процесс.

Пятый этап.

Студенты пишут письменный рассказ-зарисовку, стараясь употребить перцептивную лексику.

Обсуждение:

Зачитывают эти короткие рассказы. Выявляют в них перцептивную лексику. Рассматривают вместе, было ли включено воображение, помогало ли

воображение найти нужные слова перцептивной лексики и сделать текст более красочным. Далее преподаватель проводит лекционную часть, посвященную синестезии и предлагает отредактировать текст на основе дополнительной информации. Тренинг, активирующий межсенсорные образные ассоциации, состоит из творческих заданий, в которых студентам предлагается выразить образы одной сенсорной системы через образы другой. Этот переход от одной сенсорной модальности к другой активирует процессы синестезии, помогает студенту на собственном опыте ощутить феноменальную способность человека видеть музыку в визуальных образах, слышать цвет и так далее.

Данные методики были апробированы в течение 5 лет в работе со студентами, а до этого в работе с актерами.

Исследование позволило сделать выводы, что лингвосенсорный компонент речи (перцептивная лексика) может выступать как педагогический ресурс развития личностных и профессиональных качеств, так как существует обратная связь между развитием чувственной сферы, активизирующей творчество. Культурно-творческое развитие и профессиональное становление будущих медиажурналистов на основе гуманистического подхода и обеспечения свободного развития личности является насущной задачей в свете того, что высокий уровень развития творческих способностей сегодня понимается как важнейшее условие профессиональной подготовки [8].

Актуализация достижений современной науки в учебном процессе для реализации эффективных педагогических подходов к развитию речевых компетенций студента-медиажурналиста с целью личного и профессионального творческого развития может быть действенным инструментом в условиях высшего профессионального образования

### Литература

1. Василевич А.П., Мищенко С.С., Кузнецова С.Н. Цвет и названия цвета в русском языке / Под общ. ред. А. П. Василевича. М.: КомКнига, 2005. – 216 с.
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
3. Выготский Л.С.. Мышление и речь. Изд. 5, испр. — Издательство «Лабиринт», М., 1999. — 352 с.
4. Губанова Г. И. Педагогическая методика развития творческой личности будущего журналиста (лингвосенсорный подход)//Вестник Оренбургского государственного университета 2018 № 6 (218) с. 23–28
5. Колбенева М. Г. Автореферат дисс... канд. психологических наук. Психофизиологические закономерности иницируемой словами актуализации индивидуального опыта разной дифференцированности, Москва, 2013.
6. Никулин Д. В. (Воображение в истории философии), Величковский Б. М. (Воображение в психологии и когнитивной науке) // Великий князь — Вос-

ходящий узел орбиты. – М. : Большая российская энциклопедия, 2006. – С. 701–702. – (Большая российская энциклопедия : [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов; 2004–2017, т. 5).

7. Станиславский К. С. Собр. соч., т. 3

8. Стукалова О.В. Культурно-творческое развитие и профессиональное становление будущих специалистов в сфере культуры и искусства. – М.: ИХО РАО, 2011. – 280 с.

9. Харченко В.К. Лингвосенсорика: фундаментальные и прикладные аспекты. М.: Либроком, 2012.

10. Novikova N., Cherkashina T., Gubanova G., Kovtun L., Romanova N. Term system: its role and place in forming the professional linguistic world-image 5th International Multidisciplinary Scientific Conference of Social Sciences and Arts, Volume 5, Issue 3.1, SGEM, 19–21 March, 2018 Vienna, Austria: Alexander Malinov Blvd., Pp.437–444

**G. Gubanova**

**THE USE OF PERCEPTIVE VOCABULARY IN THE EXERCINATIVE  
SPEECH TRAINING OF A MEDIA JOURNALIST**

*Annotation.* The article analyzes the possibility of applying the achievements of modern science for the implementation of effective pedagogical approaches to the development of speech competencies of a student-journalist in the conditions of higher professional education with the aim of personal and professional creative development.

*Keywords:* rhetoric, creative development, speech competence, media journalism, perceptual vocabulary, pedagogical innovations.

## «ЗВЕРИНЫЙ» ЯЗЫК СМИ, ИЛИ О ВОЗДЕЙСТВУЮЩЕМ ПОТЕНЦИАЛЕ МЕТАФОРЫ В ПУБЛИКАЦИЯХ О ПОЛИТИКЕ

*Аннотация.* Исследование посвящено изучению зооморфных метафор в русскоязычных публикациях в СМИ о политике. В центре внимания – метафорическая оппозиция «хищник – жертва», на которой базируется метафорическая модель «ПОЛИТИКА – это МИР ЖИВОТНЫХ». В структуре модели выявляются фреймы: «ХИЩНИКИ», «ПРИЗНАКИ ХИЩНИЧЕСТВА», «АГРЕССИВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ХИЩНИКА», «ЖЕРТВЫ» и др. Отмечается агрессивный потенциал зооморфных метафор, используемых в СМИ для описания бескомпромиссной политической борьбы.

*Ключевые слова:* концептуальная метафора; метафорическая модель; зооморфные метафоры; политические хищники и жертвы.

Исследование посвящено изучению концептуальной метафоры, ее миромоделирующего и манипулятивного потенциала, весьма востребованного в медиадискурсе вообще и политдискурсе в частности. Оно носит интегрированный характер и находится на стыке когнитивного и коммуникативно-риторического направлений современной лингвистики. Объектом изучения являются зооморфные («хищнические») метафоры в российском медиа- и политдискурсах, предмет рассмотрения – воздействующий потенциал «хищнических» метафор.

Метафора трактуется в лингвокогнитологии не только как средство образного выражения мысли, но и как механизм познания и миромоделирования. По словам Дж. Лакоффа, «сущность метафоры состоит в осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах явлений другого рода...» [3]. Отмечая важнейшие функции концептуальной метафоры в политическом дискурсе, А.П. Чудинов подчеркивает: «При помощи метафоры соответствующее явление подводится под категорию, что позволяет лучше определить сущность этого явления и выразить свое отношение к нему» (реализация когнитивной функции); «...метафора позволяет передавать информацию в более удобной для адресата форме» (коммуникативная функция); «...метафора является средством преобразования существующей в сознании

адресата политической картины мира, ...используется как способ изменения политических воззрений адресата, ... используется для воздействия на эмоционально-волевую сферу адресата и создания соответствующего отношения к рассматриваемым реалиям» (прагматическая функция); «... используется для привлечения внимания адресата» (эстетическая функция) [8: 122–130]. Таким образом, метафора в медиа- и политдискурсе выступает эмоционально и оценочно заряженным средством создания в сознании человека политической картины мира, которая может конструироваться в заданном адресантом речи ключе. Моделирование политической картины мира осуществляется посредством метафорических моделей. (Теория идеальных когнитивных моделей принадлежит американскому ученому Дж. Лакоффу. Исследователь выделил четыре типа когнитивных моделей: пропозициональные, схематические (образные), метафорические и метонимические (см. подробнее: Краткий словарь когнитивных терминов. Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. Москва 1996, с. 57 [2: 57]).

А.П. Чудинов резюмировал теорию концептуальной метафоры и метафорического моделирования следующим образом: «В основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между структурами знаний двух концептуальных доменов – сферы-источника и сферы-мишени. В результате однонаправленной метафорической проекции из сферы-источника в сферу-мишень формировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры» [см. подробнее: 7: 113–121]. Формирующаяся или существующая схема связи между понятийными сферами называется метафорической моделью. А. П. Чудинов приводит примеры метафорических моделей политической коммуникации: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – это ВОЙНА, ПОЛИТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ – это ДЕНЬГИ [8]; РОССИЯ – МАТЬ, РОССИЯ – ЦВЕТУЩИЙ САД, РОССИЯ – ЛЕТАЮЩАЯ ПТИЦА или МЧАЩАЯСЯ ВПЕРЕД ТРОЙКА и др. [7].

Компонентами любой метафорической модели, по мнению исследователя, являются 1) исходная понятийная область, 2) новая (моделируемая) понятийная область, 3) фрейм(-ы) (единица знаний, организуемая вокруг некоего понятия и содержащая данные о существенном, типичном и возможном для этого понятия; это своего рода структура данных для представления стереотипной ситуации), 4) типовые слоты (элементы ситуации, которые составляют какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации) и т.д. [5: 130–133].

Одним из продуктивных методов описания структуры когнитивных моделей является **метод фреймового анализа**. Впервые термин *фрейм* был использован Марвином Минским при проведении исследований по искусственному интеллекту. (Первым, кто применил фреймовый анализ в лингвистике, был

Ч. Филлмор. По его убеждению, «теория фреймов представляет собой полезный инструмент лексической семантики, грамматической семантики и семантики текста» [6: 53]. Исследователь подчеркнул, что фрейм весьма пригоден для удержания вместе целых групп слов на том основании, что «они мотивируются, определяются и взаимно структурируются особыми унифицированными конструкциями знания или связанными схематизациями опыта» [4: 54].

По М. Минского, «человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по-новому взглянуть на уже привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных (образ) ... с таким расчетом, чтобы путем изменения в ней отдельных частей сделать ее пригодной для понимания более широкого класса явлений и процессов. Фрейм является структурой данных для представления стереотипной ситуации» [4: 5].

Исследуемая здесь «хищническая» метафора, представляющая субъектов политической коммуникации сквозь призму оппозиции «ХИЩНИК – ЖЕРТВА», является структурным элементом (фреймом) метафорической модели «ПОЛИТИКА – это МИР ЖИВОТНЫХ». В структуру данного фрейма включаются следующие слоты: «ХИЩНИКИ», «ПРИЗНАКИ ХИЩНИЧЕСТВА», «ЖЕРТВЫ», «АГРЕССИВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ХИЩНИКА».

Субъекты политической власти в СМИ, описывающих политические события, нередко представляются в таких образах, как *политические львы и тигры, волки и лисы, политиканы-шакалы, акулы местной политики* и под.; ср.: *Если следовать классической политологической теории элит, то приднестровский политический процесс может быть представлен как противоборство между «львами» и «лисами»* (<https://regnum.ru/news/polit/2003584>); *С Трампом пора расставить все акценты по местам. Удар американских ракет по Сирии – это не начало третьей мировой. И не война с Россией. На это у загнанного кролика Дональда, судорожно лавирующего между электоратом и бизнес-ястребами, не хватит пороха. Статус у него пока что не тот. Поиграться с ядерной кнопкой ему никто не даст. Не дорос. Мировая элита потому и набросилась на неожиданно возникшего перед ней президента, что появления его никак не предполагала. Видимо, трансконтинентальные акулы так твердо рассчитывали на президентство Хиллари, что несколько растерялись, увидев на месте засушенной леди эпатажного бело-рыжего Трампа с голливудскими замашками Рональда Рейгана* (<https://www.novorosinform.org/articles/9034>); *А вот теперь простой и совершенно логичный вопрос к Вашингтону. Ребята, а штаны не порвутся? Широко шагаете... Политика силового диктатора, даже при поддержке «всего цивилизованного человечества», ушла в прошлое. «Закидать шапками» Россию и Китай не получится. А вот получить не только военный, но другие «ответы» вполне реально. Россия дома. На своем континенте. И доставить войска к любой точке собственной границы сможет достаточно быстро.*

Смотрите результаты учений. И китайцы могут вдруг захотеть продать американские государственные обязательства... Восток дело темное. Может пора понять, мир стремительно меняется. Кто еще недавно «был ничем» стал «все». И наоборот, кстати. **Медведь и дракон** живут рядом. Мирно живут. Периодически встречаются. Грызутся, делят добычу. Но в целом, живут мирно. А вот если на их территорию решит заявиться еще и **слон**, то могут и загрызть травоядного... (<https://topwar.ru/113247>); Но не все так безоблачно на политическом небосводе вечно янтарного края. Конкурент у нынешнего врио есть. Это руководитель областного отделения партии ЛДПР Евгений Мишин, возглавивший региональных **соколов** Жириновского после Александра Ветошкина (<http://39rus.org/news/policy/23914>); Все путинские «авантюры» вроде стрельбы по тигру и поиска амфор на дне Черного моря инсценируются, чтобы «подтвердить его статус и сохранить место **вожжака стаи**» (<https://russian.rt.com/inotv/2017-04-11>).

Использование метафорических образов хищников: львов, тигров, волков, шакалов, крокодилов, соколов, акул и др. – позволяет актуализировать семантику охоты с ее смысловыми компонентами ‘преследование’, ‘добыча’, ‘убийство’, ‘уничтожение’ и под., ср.: «ХИЩНИК, животное, которое получает пищу, охотясь и убивая добычу» [5]; «Охотиться – заниматься поисками, выслеживанием зверя, птицы с целью убить или поймать» [1]. Сравнение политиков с хищниками подчеркивает идею агрессивного поведения людей, стремящихся к власти или ее имеющих, их стремления получить или удержать власть любой ценой. Спецификой такой стратегии поведения политиков является то, что политики-хищники проявляют агрессию в борьбе за власть как по отношению к себе подобным, так и по отношению к своим жертвам – избирателям.

Второй смысловой компонент (слот) рассматриваемого фрейма – «ПРИЗНАКИ ХИЩНИЧЕСТВА». Очевидно, что хищник, добывающий пищу посредством охоты, обладает особыми чертами, чертами агрессивного поведения. Хищники обычно имеют сильные лапы, острые зубы и когти, отличаются быстротой реакции и передвижения (особенно хищники-преследователи), им свойственна хитрость и изворотливость, выдержка (касается хищников-засадников) и т.д. Очевидно, что сравнение политиков с хищниками позволяет авторам высказываний переносить агрессивные свойства хищников-животных на хищников-политиков; ср.: *Львы и в природе, и в политике редко отрываются от реальности и занимаются самолюбованием. Лисы, несмотря на хитрость, не могут достигать своих целей, если у них нет зубов и когтей* (<https://regnum.ru/news/polit/2003584.html>); *США дали сигнал политическим элитам и олигархическим кланам России, что ее нынешний президент Владимир Путин не способен решать мировые проблемы. Пришла пора вырвать когти русскому медведю, чтобы в Кремле появился новый договороспособный лидер* (<https://www.obozrevatel.com>); *Экономика Франции не*



в плохом состоянии в целом – она действительно одна из самых продуктивных в мире. Ее самая большая проблема, без сомнения, это **когти элиты еврозоны на ее горле** (<http://actualpolitics.ru/article/15036>); Так же получилось и с США. Превознесли Трампа до небес, не имея каких-либо оснований. Хотя еще на стадии избирательной кампании было известно, что среди кандидатов в команду к Дональду немало русофобов, причем ярких, **да с заточенными когтями и клювами**, с конца 80-х! ([http://news.eizvestia.com/news\\_politics/full/1104](http://news.eizvestia.com/news_politics/full/1104)); На сей раз спецкор «КП» Дарья посетила Швецию и ужаснулась: европейское государство, которое всегда считалось символом спокойствия и процветания, покорно отдало себя **в лапы мигрантов-исламистов**, насаждающих там свои **дикие** порядки (<https://rua.gr/news/migrantskij-front/20778>); «Лисий» подход демонстрируют «обновленцы», рассчитывая на **хитрость и изворотливость** в борьбе за власть (<https://regnum.ru/news/polit>).

Примечательно, что признаки хищничества в политическом дискурсе могут быть применимы для характеристики конкретных политиков; ср.: *Почему не выступают за захват власти такие, как Мадумаров, Субаналиев, Жекшенкулов, из оппозиции? Как ни говори, указанные политики уже опытные, зубастые политики, у них есть глубокое понятие, хватает способностей чисто без примеси взвесить обстоятельства. Поэтому они не ступили на дорогу захвата власти силой* (<http://www.gezitter.org/society/50682>); характеристики политических объединений (ср.: *Первый заместитель Председателя комитета Госдумы по труду, социальной политике и делам ветеранов ... призвал ведомство быть «зубастее», отстаивая в Правительстве социально важные инициативы* (<http://www.er-duma.ru/news>); характеристики политических стратегий поведения в целом (ср.: *На нашу полянку вернулась настоящая зубастая политика* (<http://echo.msk.ru/programs>)).

Важное место в данной модели отведено ЖЕРТВЕ, без которой невозможен природоподобный политический «экобаланс», ср.: **«Травоядный» электорат** с пониманием относится к тому, когда его «доят», но может очень обидеться, когда его начнут «обглаживать». Если это начнется, то **«травоядные»** в лице малого и среднего бизнеса, производителей, пенсионеров вполне могут превратиться из безобидных **«дойных коров»** в разозлившись **«носорогов»**. Или вырастить своих **«хищников»** в своем коллективе для выравнивания ситуации и появления долгожданной **«третьей силы»** (<https://regnum.ru/news/polit/2003584.html>); ...маленькие страны должны объединяться. Если большие страны считают, что вас можно сожрать, то **стая пираний** все-таки **акулу** сожрет. Если **рыбки** будут не пираньями, а **селедкой**, то их сожрет акула. Поэтому нам надо переставать быть селедками, а объединяться и быть пираньями. НАТО для Украины сейчас – это уже вариант (<http://from-ua.com/obzor-pressi/380464>).

Актуальным для данной модели является смысловой компонент (слот) **«АГРЕССИВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ХИЩНИКА»**. Политики, подобно хищни-



кам, преследуют свою жертву и нападают на нее, кусают ее и терзают, рвут на куски и обгладывают. Эти предикаты актуализируют смысловые компоненты, репрезентирующие идею о том, что многие политики действуют исключительно в собственных интересах, пренебрегая интересами граждан; деятельность целого ряда политиков нацелена на получение материальной выгоды от занимаемого положения; ср.: *Когда все друг другу улыбаются и все друг друга хотят **сожрать** без соли, пост главы Администрации очень привлекателен для конкурентов; «Травоядный» электорат ... может очень обидеться, когда его начнут «обгладывать»* (<https://regnum.ru/news/polit/2003584>); *...уже в последние дни перед капитуляцией Франции, как шакал, пыталась вырвать какие-то куски (Приморские Альпы, Савойю) из уже поверженной Франции* (<https://www.novayagazeta.ru/articles>); *Трамп собирается «попробовать Путина на зуб». Обычная технология уличных хулиганов. Если выбранная жертва «показала слабость» от количества нападающих, значит гнობить ее можно по полной программе. Но, если жертва вдруг превращается в «хищника» и нападает уже сама, все прихлебатели дружно «тикают» с поля боя* (<http://planet-today.ru/geopolitika/item/67525>).

Известно, что отношения «хищник-добыча» служат для регуляции численности популяций. Это обеспечивает естественное существование экосистемы на планете («Экосистема – сообщество организмов, существующих в физической среде. В типичной цепи питания травоядные, первичные потребители, например, кролики, поедают растения и, в свою очередь, служат пищей вторичным потребителям, например, лисам...») [5].

Смысловой компонент ‘работа экосистемы, включающая естественные отношения «хищник – жертва», также репрезентируется в рассматриваемой метафорической модели в виде слотов «ЭКОСИСТЕМА» и «СРЕДА ОБИТАНИЯ». Человеческое общество именуется фауной, место действия называется средой обитания или лесом, отношения между политиками, между политиками и избирателями описываются как борьба за существование (здесь: за власть), как пищевая цепочка и т.п. Более того, за работой экосистемы могут наблюдать специалисты-охотоведы (охотоведами метафорически именуются политики влиятельных государств); ср.: *...политические «львы» и «лисы» обычно думают о других субъектах не только как о звене в пищевой цепочке. Хочется надеяться, что в нынешней ситуации знатоки приднестровской политической «фауны» ... будут четко, быстро и эффективно реагировать на нарушения «экологического баланса» и массовую миграцию жителей земли Приднестровской... Политические «львы» и «лисы» иногда думают, что они существуют в изолированном, свободном от внешних факторов «лесу». Однако не стоит забывать об «экологическом контроле», который может и должен осуществляться силами «охотоведов» из Большого Северного Леса. Этот контроль должен возвращать в реальность заигравшихся приднестровских*

политиков, разборки которых и эксперименты над населением наносят куда больший ущерб приднестровской государственности и российским интересам, чем любое внешнее давление (<https://regnum.ru/news/polit/2003584.html>).

Выводы. Концептуальная метафора, являющаяся основным способом познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира и, таким образом, обладающая эффективным воздействующим и миромоделирующим потенциалом востребована в российском медиа- и политдискурсах. Отношения между политиками, ведущими жесточайшую борьбу за власть, носят сопернический характер, взаимоотношения потенциальных и действующих политиков с электоратом строятся зачастую отнюдь не на принципах паритетности. Это позволяет современным СМИ, описывающим политические события, использовать метафоры с агрессивным потенциалом, который заложен, например, в такой разновидности зооморфной метафоры, как хищническая метафора. В выстраиваемой метафорической модели «ПОЛИТИКА – это ЖИВОТНЫЙ МИР» политики выступают в роли хищников, преследующих, настигающих и терзающих свою жертву, а жертвой представляется «травоядный» электорат. При этом данная ситуация подается как естественное существование своеобразной политической «экосистемы». Примечательно, что актуальными для метафоризации политической борьбы за власть являются лишь типичные ситуации хищничества – среди зверей и птиц. В анализируемом материале не встретились метафоры с использованием обозначений иных форм хищничества, наблюдаемых в природе. Не оказались востребованными, например, такие метафоры: *паразитирующие политики, политики – растения-хищники, политики – насекомые-хищники* и под. Эти формы хищничества не предполагают моментального уничтожения жертвы или не предполагают ее смерти вообще, в то время как истинные хищники свою жертву никогда не оставляют живой и уничтожают ее сразу, едва настигнув. В этом видится агрессивный потенциал используемых в современном политическом дискурсе «хищнических» метафор, представляющих политическую жизнь как жесточайшую и бескомпромиссную борьбу за власть, позволяющую извлечь выгоду из высокого социального положения.

### Литература

1. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб, 1998. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/>
2. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М., 1996.
3. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем. М., 2004.
4. Минский М. Фреймы для представления знаний / Пер. с англ. Под ред. Ф.М. Кулакова. М., 1979.

5. Научно-технический энциклопедический словарь. URL : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ntes/>
6. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка. М., 1988. Вып. XXIII.
7. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. М., 2012.
8. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). Екатеринбург, 2001.

*E. V. Dziuba*

**«ANIMAL» LANGUAGE OF THE MEDIA, OR INFLUENCING THE POTENTIAL OF METAPHORS IN PUBLICATIONS ABOUT POLITICS**

*Annotation.* The research is devoted to zoomorphic metaphors in Russian political discourse. The attention is focused on metaphorical opposition «predator – victim», which makes the basis of the metaphorical model «POLITICS IS WILD WORLD». The model includes such frames as «PREDATORS», «FEATURES OF PREDATISM», «AGGRESSION OF A PREDATOR», «VICTIMS», etc. Zoomorphic metaphors usually have negative connotations; they are used in mass media to describe uncompromising political struggle.

*Keywords:* conceptual metaphor, metaphorical model, zoomorphic metaphor, political predators and victims.

## КАТЕГОРИЯ СТИЛЯ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАРИТОРИКИ

*Аннотация.* В статье рассматривается категория информационно-вещательного стиля, который понимается как особая тональность обращения каждого конкретного СМИ к аудитории. Особое значение понятие информационно-вещательного стиля приобретает при изучении новостного дискурса, когда стиль общения с медиапользователями становится одним из решающих факторов успеха и коммерческой привлекательности. Категория информационно-вещательного стиля конституируется на основе учета и варьирования целого ряда лингвомедийных свойств и характеристик новостного текста, к которым относятся визуальное оформление новостей, аудиоряд, логотип, студийный интерьер, образы ведущих, видеоряд и весь спектр используемых вербальных средств.

*Ключевые слова:* информационно-вещательный стиль; новостной дискурс; информационная модель; медиaprостранство; лингвомедийные свойства.

Одним из главных признаков современного общества является стремительная медиатизация всех сторон индивидуальной и общественной жизни, которая понимается как тесное переплетение всех видов человеческой деятельности со средствами массовой информации, сопровождающееся все более активным переносом всех видов речевых практик, как устных, так и письменных, в сферу массовой коммуникации. Наблюдая процессы, происходящие в мировом медиaprостранстве, можно сказать, что сегодня информационное общество перешло на новый этап развития – этап всеобъемлющей всепроникающей коммуникации, когда сам факт медиаопосредованного общения, освещения в СМИ, присутствия в социальных сетях становится важнее, чем содержание распространяемых сообщений, иначе говоря, коммуникация становится важнее, чем контент.

В этих условиях особую актуальность приобретают исследования, непосредственно связанные с областью интересов медиариторики, анализ безграничной полифонии современного медиaprостранства во всем богатстве и разнообразии его голосов, социокультурных тональностей и политико-идеологических обертонов. Тот стиль, которым каждое средство массовой информации, будь то радиостанция, телевизионный канал, печатное издание

или интернет сайт, обращается к своей аудитории, тон, которым оно «разговаривает», и составляет основу для понимания и определения категории «информационно-вещательного стиля».

Будучи применимым ко всем типам медиатекстов – новостям, информационной аналитике, комментарию, публицистике, рекламе, понятие информационно-вещательного стиля тем не менее более всего соотносится с изучением новостного дискурса. Во-первых, потому, что главная функция новостей заключается в информировании, во-вторых, потому, что новостной текст как коллективный продукт всегда распространяется от лица какого-либо корпоративного «вещателя» – информационного агентства, телеканала, интернет-сайта и т. п.

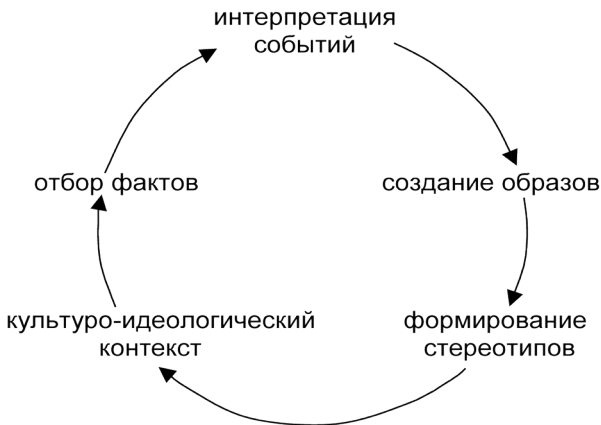
Следует также учитывать, что в отличие от стиля медиариторического, более широкого объединительного термина, который используется для обозначения всего стилового разнообразия массмедийного дискурса, понятие информационно-вещательного стиля связано в первую очередь с аудиовизуальными СМИ – радио, телевидением, а также их репрезентацией на мультимедийных интернет-платформах, что непосредственно отражает адаптацию современных журналистских практик к требованиям «новых медиа». В контексте англоязычных медиа исследований информационно-вещательный стиль непосредственно соотносится с понятием *broadcasting style* и *broadcasting journalism*, в современной русскоязычной журналистской практике используется термин би-джей, что означает *broadcasting journalist*, или журналист, создающий материалы для телевидения.

Говоря об информационно-вещательном стиле как неотъемлемом признаке новостного вещания, следует указать на ведущую роль новостей в современном медиапространстве. Новости – становой хребет, конструкция, придающая устойчивость всему массмедийному дискурсу. Именно новости структурируют сетку вещания и формируют информационную картину мира. Ведущая роль новостей подтверждается и борьбой за информационное влияние в мировом медиа пространстве: за последнее десятилетие практически все крупные страны в противовес британской БиБиСи и американской CNN запустили собственные проекты англоязычных новостей, цель которых декларируется как «освещение мировых событий с точки зрения национальных интересов того или иного государства». К наиболее значимым проектам подобного рода относятся такие, как Al Jazeera International, France 24, Deutche Welle English, CCTV (Chinese Central Television) и российский проект Russia Today.

По мнению современного философа Алана де Боттона, информационно-образовательные и разъяснительно-идеологические функции, которые до недавнего времени выполняла для человека и общества религия, сегодня перешли в ведение масс медиа и поэтому «новости в какой-то мере можно считать религией нового времени». В такой ситуации научное осмысление

процесса создания, распространения и восприятия новостей, всесторонне изучение новостного дискурса, в особенности того, что мы называем информационно-вещательными стилями, приобретает огромное значение.

Чтобы представить процесс формирования новостного дискурса в структурированном виде обратимся к информационной модели, разработанной автором книги «Вопросы изучения медиатекстов». Удобство данной модели состоит в том, что на ее основе можно досконально проследить не только механизм превращения события реальной жизни в событие медийное, или новость, но и понять особенности влияния медиасреды на формирование информационной картины мира.



Состоящая из пяти компонентов информационная модель представляет собой замкнутую окружность, поскольку все ее компоненты тесно взаимосвязаны и каждый из компонентов оказывает влияние на реализацию последующего. Важно также отметить, что каждое из звеньев информационной модели играет важную роль при реализации идеологической, или интерпретационной функции СМИ, что имеет особое методологическое значение с точки зрения критического осмысления содержания, заполняющего массмедийное пространство.

Серьезные различия в формировании новостной картины мира, или так называемой «повестки дня» (news agenda) наблюдаются уже на самом первом этапе – отборе фактов для последующего освещения. Наряду с известными в теории журналистики критериями новостной ценности (news values), к которым относятся новизна, актуальность, общественная значимость события, пространственная или психологическая близость к получателю информации, возможные последствия для массовой аудитории, наличие конфликта или негативного компонента, участие известных личностей, фактор человеческого

интереса, здесь действует целый ряд факторов политико-идеологического характера. Это становится особенно очевидным при сравнении того, как освещаются военные конфликты и прочие ситуации противостояния в различных СМИ международного, национального и регионального уровней. Некоторые значимые факты намеренно исключаются из новостной повестки, что обусловлено определенной степенью ангажированности всех новостных СМИ, их зависимостью от интересов тех или иных политико-идеологических сил. Например, после массовых нападений мигрантов на женщин в новогоднюю ночь 2016 года в немецком Кельне, которые в силу своего масштаба произвели эффект информационной бомбы, выяснилось, что подобные случаи происходили и ранее, просто из-за официальной политики толерантности, это не освещалось в прессе.

Особенно ярко все существенные особенности информационно-вещательного стиля проявляются на следующем этапе развертывания информационной модели – интерпретации, когда отобранные для освещения события актуализируются в виде конкретного медиатекста, обладающего определенными свойствами как на вербальном, так и на медийном уровнях. Каждый субъект СМИ общается, «разговаривает» со своей аудиторией определенным тоном, используя для обращения и текстовой коммуникации устойчивые медиастилистические и риторические средства. Так, для качественной газетной прессы характерен один стиль общения, для популярной – другой, стиль британского новостного вещания отличается от стиля российских теленовостей и т.п. Подобно музыкальному ладу, тональность того или иного субъекта масс медиа, может варьироваться в зависимости от целого ряда экстралингвистических факторов, которые могут относиться к политической, исторической, культурной, идеологической, социальной сферам.

Особое значение категория информационно-вещательного стиля приобретает в новостном дискурсе, когда стиль обращения к медиапользователям становится одним из решающих факторов успеха и коммерческой привлекательности канала. Что же включает в себя понятие «информационно-вещательный стиль» в новостном дискурсе? Это, конечно же, сочетание целого ряда вербальных и медийных компонентов, сочетание которых обусловлено тем или иных конкретным СМИ. Например, на главном производителе новостного контента – телевидении, к ним относятся визуальное оформление новостной программы, музыкальная заставка, логотип, студийный интерьер, образы и одежда ведущих, подбор видеоряда, и, естественно, весь спектр используемых вербальных средств. Важно все, даже кажущиеся на первый взгляд малозначимые детали. Например, чем, в плане стиля, а не содержания, отличаются новости американского канала CNN от арабской Al Jazeera? Созданный американским миллионером Тедом Тернером новостной канал CNN с самого начала был ориентирован на бизнесменов, политиков

и предпринимателей, путешествующих по всему миру и стремящихся везде получать новости в привычном американском стиле. Ведущие в офисных костюмах, агрессивный наступательный стиль интервью, стремительный темп, подчеркнуто дистанцированные от происходящего репортажи с места событий. Запущенный в 1996 году (в 2004 появилась англоязычная версия) в противовес англо-американскому информационному доминированию арабский новостной канал Al Jazeera провозгласил: мы не для только для бизнесменов и политиков, мы для всех, в том числе и для так называемых «людей с улиц», поэтому у нас другой стиль вещания, наши корреспонденты всегда в гуще событий, одеты попроще и объясняют сложные политические и экономические проблемы на понятном языке.

В заключение следует отметить, что разнообразие современных информационно-вещательных стилей огромно и представляет чрезвычайно интересный материал для исследования, как в плане диахронии-синхронии, так и в плане сравнительно-сопоставительного медиалингвистического анализа. Информационно-вещательные стили могут быть приподнято-официальными, как, например, в случае телевизионных новостей Советского периода или современной Северной Кореи, откровенно агрессивными, как известный своей антироссийской риторикой американский телевизионный канал Fox News, и намеренно нейтральными, как декларирующий стремление к объективности новостной стиль вещания БиБиСи.

### Литература

1. Анненкова И. В. Media rhetorics – particular rhetorics of language of mass media // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. — 2013. — P. 74–87.
2. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., URSS, 2000.
3. Добросклонская Т.Г. Концепция информационно-вещательного стиля в системе медиадискурса. // Материалы международной конференции «Стилистика и теория языковой коммуникации» М., МГЛУ, 2005.
4. Клушина Н.И. Медиастилистика. // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2. С. 69–77.
5. Клушина Н.И. Медиастилистика: как устроен современный медиастиль. // Русская речь. 2015. № 3. С. 55–60. М., Наука.
6. Солганик Г.Я. Интерпретационная стилистика // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 97–116.
7. Губик С.В. Информационно-вещательный стиль журнала «The Economist» код доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-veschatelnyy-stil-zhurnala-the-economist#ixzz3wb3llbs1>
8. Alain de Botton. The News: a User's Manual. London, KD Publishing, 2014.



## THE CATEGORY OF BROADCASTING STYLE WITHIN THE CONTEXT OF MEDIA RHETORICS

*Annotation.* The article deals with the category of informative broadcasting style, which is defined as a special tonality of communicating of every concrete mass media with the audience. The concept of informative broadcasting style acquires particular importance when analyzing news discourse, when the style of communication with the audience becomes one of the key factors of commercial success and popularity. The category of informative broadcasting style is constituted on the basis of the whole range of verbal and media characteristics, that vary depending on different factors which include visual design of the newsroom, audio and video footing, images and manners of presenting news used by news anchors.

*Keywords:* informative-broadcasting style, news discourse, information model, media space, verbal and media textual qualities.

## УЧЕБНИК В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ: РИТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД

*Аннотация.* В статье рассмотрены вопросы информатизации и цифровизации образования, а также медиатизации образовательного пространства. Представлен сопоставительный анализ традиционного (бумажного) и электронного учебника. Сделан вывод об архетипической роли традиционного учебника как модели педагогического взаимодействия. Охарактеризованы особенности текста современного школьного учебника с риторических позиций: его полиадресность, полижанровость и поликодовость. Утверждается мысль о необходимости учета этих особенностей при создании текста учебника и разработке его методического аппарата.

*Ключевые слова:* цифровизация, информатизация, медиатизация, педагогический дискурс, учебник, полиадресность, полижанровость, поликодовость.

Наше рассуждение лежит в области педагогической риторики, которая в условиях медиатизации образования приобретает новые предметы и аспекты изучения, решает новые задачи и формулирует новые законы. Содержание нашей статьи – это результат осмысления роли и места традиционного школьного учебника в коммуникативном пространстве современного образования. Многие наши утверждения, будучи основанными на анализе реального образовательного процесса и специальной литературы, имеют тем не менее дискуссионный характер, намечают направления дальнейших исследований и научных размышлений.

Не секрет, что, характеризуя сегодня инновационные изменения коммуникативного образовательного пространства, мы нередко ошибочно используем понятия информатизация образования, цифровизация образования, медиатизация образования в качестве синонимов. Однако необходима их дифференциация.

Информатизация образования является фундаментом трансформации традиционного образовательного пространства. Под этим термином понимается оснащение сферы образования компьютерными технологиями и системами связи.

Сегодня говорят о завершении этапа информатизации: образовательные организации всех уровней оснащены компьютерной техникой, педагоги прошли подготовку и переподготовку по использованию информационных технологий (ИТ) в учебном процессе.

Информатизация образования, таким образом, обеспечила необходимые условия для создания нового коммуникативного пространства сферы образования, рассматривать которое следует, как нам кажется, с двух разных, но взаимосвязанных позиций:

– с позиции технологической – тогда речь должна идти о цифровизации образования;

– с позиции риторической, актуализирующей существенные аспекты взаимодействия субъектов образовательного процесса – в этом случае мы говорим о медиатизации образования.

В 2016 году начал внедряться федеральный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации», утвержденный Правительством Российской Федерации в рамках реализации государственной программы «Развитие образования» на 2013–2020 годы. В рамках этого проекта предполагается «привести образовательные программы в соответствие с нуждами цифровой экономики, широко внедрить цифровые инструменты учебной деятельности и целостно включить их в информационную среду» [6].

Иными словами, цифровизация образования – это появление в образовательном процессе принципиально новых технологий генерации, обработки, передачи, хранения и визуализации информации.

Сегодня в школе используются разнообразные цифровые средства обучения: текстографические, текстовые и визуальные/звуковые; детерминированные и интерактивные и мн.др. Очевидно, что многообразие цифровых образовательных ресурсов, а следовательно, многообразие способов организации с их помощью взаимодействия субъектов образования существенно видоизменяет традиционное коммуникативное образовательное пространство.

Прежде чем дать определение понятия медиатизации образования, укажем, что под медиа будем понимать гиперпространственную коммуникацию, в основе которой нелинейный текст (гипертекст) – масс-медиа, социальные сети, блоги, форумы, видеохостинги, мобильные приложения, онлайн-версии СМИ, любые сайты и др. Медиатизация образования, таким образом, – это интеграция медиа в образовательную среду, формирование единой культурно-коммуникативной образовательной системы.

Еще в 1960-е годы канадский ученый М. Маклюэн обозначил результат увеличения количества медийных средств, их скорости и охвата все более значительной аудитории как «расширение человека», что, по мнению Татьяны Викторовны Шмелевой, «по-русски было бы естественней назвать расширением его коммуникативных и цивилизационных возможностей» [8: 146].

Для наших рассуждений важна идея Т.В. Шмелевой: «... важно выявить весь круг сфер коммуникации, для которых проявления медиатизации приобрели социально значимые черты, ощущаются участниками и заставляют их менять свое коммуникативное поведение. Наиболее интересными на сегодняшнем уровне понимания проблемы представляются сферы образования...» [8: 146].

Расширяя коммуникативные возможности субъектов образования, медиатизация порождает вместе с тем ряд проблем. Вслед за В.Г. Ланкиным и О.А. Григорьевой назовем важнейшие для педагогической коммуникации проблемы: «образование может перестать быть фактором культуры человека и превратиться исключительно в социальную технологию»; «мера самостоятельности участия учащегося <авторство>... никогда не может быть точно установлена» [5: 10]. Нельзя не согласиться с выводом авторов: «Требуется обеспечение такой структуры интерактивности, которая бы не нивелировала персональный характер встречи в медиа-пространстве учителя и ученика» [5: 11].

Какова же судьба традиционного (бумажного) учебника в медиатизированном учебном пространстве? Будет ли он вытеснен из педагогического дискурса учебником электронным в виду преимуществ последнего?

Чтобы ответить на этот вопрос, сопоставим традиционный и электронный учебники в аспекте наших размышлений. Традиционный учебник представляет собой креолизованный текст (вербальный текст, рисунки, схемы, таблицы и др.) – электронный учебник позволяет сопровождать текст звуком и видеоматериалами; традиционный учебник содержит справочный аппарат (сноски, ссылки, шрифтовые выделения и др.) – в электронном учебнике есть специальная поисковая система, обеспечивающая молниеносный поиск информации по ключевым словам и с помощью гиперссылок. Перечисленные особенности электронного учебника, с одной стороны, облегчают работу с информацией, но с другой, по мнению психологов, «ведут к снижению рефлексивного, обдумывающего характера восприятия», который «характерен именно для культуры книги как базового феномена, определившего тип цивилизации разума» [5: 10].

Неоспоримо следующее: традиционный учебник является моделью педагогической системы – организует выработанные в культуре познания способы учебных действий по освоению предметного содержания, воспроизводит сложившиеся в образовательном процессе способы и принципы взаимодействия учителя и ученика.

Более того, учебник, как и всякая бумажная книга «никогда не уйдет из информационного пространства... Она долгие столетия структурировала наше сознание, создавала когнитивную платформу культурного строительства нашей цивилизации» [4: 74]; «книга – это коммуникация. Это удобная «упаковка» для передачи информации от одних людей к другим. И она прекрасно организована для того, чтобы делать процесс понимания комфортным и лишенным искажений. Книга не просто переносит текст, она – организатор коммуникации текстов» [4: 33]; «книга настолько устойчиво удовлетворяет читателя, что... речь может идти только об имитации цифровыми устройствами традиционной книги» [4: 62]; «цифровая книга – это совокупность команд, благодаря которым мы можем книгу прочитать. Это информация, но не книга» [4: 28]; «текст преобразуется в новой среде в то, что мы по старинке называем «книгой», но лучше бы это называть «программой» [4: 64].

Однако современное коммуникативное образовательное пространство предъявляет к традиционному учебнику особые требования. Выскажем гипотезу, что эффективность школьного учебника зависит не только от того, насколько качественно отобрано и представлено в нем содержание учебного предмета и насколько тщательно продуман методический аппарат, но и от того, в какой степени авторы учитывают особенности учебника как феномена педагогического дискурса.

М.Ю. Сидорова, исследуя коммуникативный аспект школьного учебника, формулирует идею, созвучную нашей: важно «рассматривать учебник как модель коммуникативного процесса – то есть речевого поведения участников коммуникативной ситуации, в которой функционирует текст в соответствии с параметрами этой ситуации» [7: 14].

Назовем коммуникативные особенности текста учебника, отражающие специфику взаимодействия субъектов педагогического дискурса: полиадресатность, полижанровость и поликодовость.

Полиадресатность учебника проявляется в том, что он адресован одновременно:

1) учащемуся – должен учитывать возраст и фоновые знания адресата-ученика, быть понятен и интересен ему, мотивировать на осуществление учебной деятельности и др.;

2) учителю – должен отличаться научностью, авторитетностью, являться моделью речевого взаимодействия с учеником и др.;

3) родителю – должен быть понятен читателю любого уровня и направления образования, обладать авторитетностью и др.

М.Ю. Сидорова, говоря о коммуникативной рамке учебника, выстраивает четкую иерархию адресатов: «промежуточный адресат-ученик; конечный адресат-родитель; адресат посредник-учитель; конечный адресат-учитель» [7: 18] – по аналогии с участниками театральной коммуникации. Признавая эту модель оригинальной и убедительной, мы, однако, полагаем, что она не исчерпывает всех возможных коммуникативных ролей и их соотношений в ситуации педагогического дискурса.

Поиск ответа на вопрос, каким образом в тексте учебника может быть эффективно реализована его полиадресатность, требует специальных эмпирических и теоретических исследований.

Не менее важной и продуктивной для исследования является такая особенность текста учебника, как полижанровость.

Вслед за М.М. Бахтиным, полагавшим, что особенности жанров «определяются спецификой... сферы общения» [1], мы положили в основу систематизации типов высказываний, составляющих жанровый кластер учебника, функционально-стилистический принцип [3]:

– жанры научного стиля речи: научная статья, рецензия, описание лабораторного опыта, энциклопедическая статья, словарная статья и др. (учебно-

научный подстиль); текст учебного задания, учебной задачи и др. (научно-методический подстиль);

– жанры публицистического стиля (научно-публицистического подстиля): биографический очерк, творческий портрет и др.;

– жанры официально-делового стиля: инструкция, памятка;

– письменные жанры разговорного стиля: обращение (к ученику-читателю).

Автор учебника должен:

1) определить целесообразность включения в учебник текстов того или иного жанра;

2) создавать тексты в соответствии с жанровыми признаками;

3) продумывая методический аппарат, учитывать, что «эффективность постижения читателем авторского замысла, адекватность информационной обработки и интерпретации исходного текста во многом зависит от реализации в процессе чтения жанрового ожидания и жанровой компетенции читателя. Следовательно, методический аппарат учебника не может разрабатываться без учета жанровых особенностей текстов, составляющих коммуникативное пространство учебника» [3: 47].

Так при организации работы с жанрами научного стиля необходимо создать условия для постижения обучающимися основного содержания текста, установления причинно-следственных связей, проведения систематизации и обобщения информации; в основе методики работы публицистическими жанрами – актуализация воссоздающего воображения школьников, пробуждение их эмоций; чтение памяток и инструкций должно реализовывать регулятивную функцию общения и т. д. [3].

Третья важная особенность современного учебника – его поликодовость. Поликодовость как категориальный признак педагогического дискурса подробно рассмотрен А.Р. Габидуллиной [2]. В аспекте нашей статьи важно следующее утверждение исследователя: «Между вербальной и изобразительной частью устанавливаются синсемантические отношения (вербальная часть не существует автономно, независимо от изобразительной части; она прямо ориентирована на изображение или отсылает к нему, а изображение выступает в качестве облигаторного элемента текста)» [2: 252].

Следовательно, так называемый «иллюстративный материал» учебника не должен являться фоном или быть связан с вербальным текстом формально (как это зачастую, к сожалению, бывает); задания учебника должны помогать читателю устанавливать семантическое единство между текстами, созданными в разных знаковых системах.

Подводя итог, выразим свое согласие с утверждением М.Ю. Сидоровой: «Применяющиеся сегодня технологии экспертизы школьных учебников, основанные на дидактике, методике, соответствии нормативным документам, должны быть дополнены оценкой <...> коммуникативного потенциала учебника» [7: 33].

Сегодня целесообразно рассматривать учебник не как замкнутый в самом себе статичный учебно-научный текст большого объема, а как разомкнутое пространство, получающее свою жизнеспособность только в ходе непосредственного взаимодействия субъектов образовательного процесса.

### Литература

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. М.: Русские словари, 1996. Т. 5: Работы 1940–1960 гг. [Электронный ресурс]. URL: [http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh\\_genre.htm](http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm) (дата обращения: 12.06.2018).
2. Габидуллина А.Р. Учебно-педагогический дискурс: категориальная структура и жанровое своеобразие: Дис. ... докт. филол. наук. Донецк, 2009. – 422 с.
3. Ерохина Е. Л. Жанровый кластер современного учебника литературы // Ценности и смыслы. 2018. № 5 (57). С. 47–57.
4. Костюк К. Н. Книга в новой медийной среде, М.: Директ-Медиа, 2015. – 432 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363771>
5. Ланкин В.Г., Григорьева О.А. Электронный и традиционный учебники: сравнительный анализ в педагогическом аспекте // Преподаватель XXI века. 2007. № 3. С. 8–12.
6. Приоритетный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации». Утвержден Правительством Российской Федерации 25 октября 2016 года в рамках реализации государственной программы «Развитие образования» на 2013–2020 годы. [Электронный ресурс]. URL: <http://neogusedu.ru/about> (дата обращения: 13.11.2018).
7. Сидорова М.Ю. Школьный учебник как генератор коммуникативных проблем // Филолого-коммуникативные исследования. Ежегодник – 2014 / науч. ред. А. А. Чувакин; И. В. Силантьев; отв. ред. Ю. В. Трубникова. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014. – 289 с. С. 14–34.
8. Шмелева Т.В. Шмелева Т.В. Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2015. № 7 (90). С. 145–148.

*E.L. Erokhina*

### TEXTBOOK IN THE CONDITIONS OF EDUCATION MEDIATIZATION: RHETORIC APPROACH

*Annotation.* The article deals with the issues of informatization and digitalization of education, as well as the mediation of the educational space. A comparative analysis of a traditional (paper) and electronic textbook is presented. The conclusion is made about the archetypal role of the traditional textbook as a model of pedagogical interaction. The features of the text of a modern school textbook are characterized from rhetorical positions: its polyaddressing, polygenority, and polycodularity. The idea is affirmed of the need to take into account these features when creating the text of a textbook and developing its methodological apparatus.

*Keywords:* digitalization, informatization, mediatization, pedagogical discourse, textbook, polyaddressing, polygenality, polycodularity.

## МЕДИАРИТОРИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АКТОРОВ

*Аннотация.* В статье проводится обоснование медиариторических стратегий дискредитации политических акторов. Материалом исследования послужили произошедшие в Оренбургской области политические скандалы в отношении министра физической культуры, спорта и туризма О. Пивунова, министра лесного и охотничьего хозяйства В. Тонких и др.. Используется комплекс методов: контент-анализ и дискурс-анализ материалов информационных программ федеральных и региональных телеканалов, федеральных и региональных лент информационных агентств, комментариев пользователей социальных сетей, а также вторичный анализ результатов социологических исследований. По итогам исследования делается вывод, что факты дискредитации политических акторов конституируют стереотип о российских чиновниках, усиливая падение имиджа государственного служащего.

*Ключевые слова:* политический скандал, политический актор, дискредитация, стратегия, медиариторика, медиа, антирейтинг, властная элита, институт власти, проблема доверия.

В настоящее время медиа превратились в поле для реализации политических практик – арену конкуренции, противостояния и откровенной борьбы. Согласно типологии тактик эмоционального воздействия, предложенной Н.Б. Руженцевой, современные СМИ (в частности, телевидение и Интернет) сегодня активно используют ряд прямых тактик: тактику разоблачения (демаскировку), тактику умаления авторитета («наклеивание ярлыков»), а также тактику создания образа врага [11]. При этом если в отношении зарубежных политических акторов (таких как Президенты США Д. Трамп [8] и Украины П. Порошенко [6]) осуществляются тактика разоблачения и тактика создания образа врага, то в ситуации российских (преимущественно региональных) политических акторов наблюдается оперирование тактикой разоблачения и тактикой умаления авторитета. Примечательно, что в обоих случаях производной является тактика разоблачения, на основе которой выстраивается вся технология дискредитации. Кроме того, принципиальное различие заключается в следующей закономерности: если технология дискредитации зарубежных



политических акторов со стороны федеральных СМИ представляет собой часть информационной политики и реализуется на протяжении длительного времени, то аналогичные процессы в отношении представителей регионального поля политики являются более краткосрочными, наносящими ущерб по отдельным субъектам в виде лишения должностей, падения авторитета, усиления антирейтинга.

За последние три года в Оренбургской области произошло четыре скандала, дискредитирующих политических акторов, по сути, «первых лиц» региона – министра физической культуры, спорта и туризма О. Пивунова, министра лесного и охотничьего хозяйства В. Тонких, министра сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности М. Маслова, а также главы г. Оренбурга Е. Арапова. При этом данные кейсы имели ряд концептуальных различий – дифференцированные медиариторические стратегии дискредитации.

Так, 25 октября 2016 года на официальном сайте Следственного управления Следственного комитета Российской Федерации по Оренбургской области появилась информация, что против министра спорта региона О. Пивунова возбуждено уголовное дело [2]. Бывшего генерального директора Хоккейного клуба «Южный Урал» подозревали в неуплате налогов физических лиц. По данным следствия, он утаил больше 26 миллионов рублей. Кроме того, уже занимая пост министра, О. Пивунов двух своих заместителей вместе с семьями поселил в арендованных квартирах. Причем расходы по аренде легли на баскетбольный клуб «Надежда», финансируемый из областного бюджета. Ущерб составил 2 миллиона рублей.

Несмотря на то, что данное сообщение с кодом «сенсация» потенциально может вызвать интерес у аудитории, отражение громкого политического скандала в «повестке дня» региональных телеканалов происходило весьма неравномерно. На основании результатов контент-анализа были определены три подхода медиаконтролеров:

- 1) детальное освещение (ТРК «ТК–Регион», «ОренТВ»);
- 2) выборочное освещение отдельных «оправдательных» сторон (ГТРК «Оренбург»);
- 3) полное отсутствие информации в медиа-повестке («ОРТ Планета») [6].

Коммерческие ТРК «ТК-Регион» и «ОренТВ», придерживаясь принципа политического плюрализма, детально освещали весь коррупционный скандал: обнародование информации о возбуждении уголовного дела, избрание меры пресечения и т.д. В свою очередь ГТРК «Оренбург», отстаивая позицию властной элиты, следовала подходу выборочного освещения отдельных «оправдательных» сторон. 26 октября 2016 года (через день после обнародования официальной информации о возбуждении уголовного дела) в вечернем выпуске программы «Вести Оренбуржья» было дано сообщение о том, что

90 | губернатор подписал указ о временном отстранении от должности министра физической культуры, спорта и туризма области О. Пивунова. В специальном репортаже журналисты сохраняли оправдательную риторику, используя комментарии нынешнего руководства Хоккейного клуба «Южный Урал», которое заявляло, что долгов по зарплате у них нет. Кроме того, в качестве аргументов приводились высказывания известных оренбургских тренеров в знак поддержки О. Пивунова, а также сообщалось о коллективном обращении родителей воспитанников одной из спортивных школ Орска в адрес прокурора области, в котором активисты утверждали, что министр ни в чем не виноват. Что касается подхода четвертого регионального телеканала, в медиа-повестке «ОРТ Планета» (часть акций которого принадлежит Правительству Оренбургской области) наблюдалось полное отсутствие информации о политическом скандале.

Через месяц после скандала (с 20 по 25 ноября 2016 года) в социальной сети «ВКонтакте» был проведен авторский онлайн-опрос «Доверие к телевидению» (n=400) [5], в ходе которого удалось выяснить, что респонденты следили за ходом расследования уголовного дела («Да» – 39 %; «Скорее, да» – 34 %). При этом верили в объективность освещения на телевидении данной истории лишь 10 % опрошенных. Вариант ответа «Нет» выбрали 28 % оренбуржцев, «Скорее, нет» – 37 %. Таким образом, результаты онлайн-опроса, а также репрезентативные данные контент-анализа подтвердили выдвинутую гипотезу о том, что тенденциозность освещения политических скандалов усиливает степень недоверия аудитории к телевидению.

Скандал, связанный с О. Пивуновым, представлял собой стратегию косвенной дискредитации политического актора: в процессе репрезентации истории среди медиаконтролеров отсутствовала солидаризация (как фактор потенциальной объективации медиакартины), а губернатор Оренбургской области Ю. Берг как формальный политический лидер воздерживался от комментариев. Однако позиция следствия (сам факт возбуждения уголовного дела) априори подрывала авторитет политика.

Свидетельством стратегии прямой дискредитации политического актора можно считать скандал в отношении министра лесного и охотничьего хозяйства региона В. Тонких. 22 января 2018 года на анонимном YouTube-канале (в настоящее время он заблокирован) был размещен видеоролик под названием «Стриптиз от министра лесного и охотничьего хозяйства Оренбургской области. В. Тонких МинЛОХ». Клип содержит сцены, подтверждающие стереотипное восприятие чиновников: лень, пьянство и пристрастия к азартным играм на рабочем месте (причем расплата по карточным долгам производится из мешка с символическим лейблом «Бюджет»), коллективные танцы (в том числе исполнение стриптиза на шесте), травести-шоу (переодевание мужчин в женские костюмы) [4, с. 45]. Примечательно, что во всех

зарисовках снимались не актеры, а реальные чиновники (некоторые из них позднее были осуждены и получили реальный уголовный срок), а руководил общим «ансамблем» сам министр В. Тонких. При этом в сценах глава министерства неоднократно якобы вел переговоры с губернатором, а в обращении к подчиненным использовал речевые фигуры по типу: *«Хватит ходить, как овцы вокруг стола. Ну, что, братцы, туняядцы, алкоголики. От Берга сейчас мне звонили – внутренний туризм нужно поднять. Вот мое вам приказание. Надо все организовать – и охоту чтоб, и баньку, местный был чтоб колорит. Коль решите валять Ваньку – наказание прилетит»*; *«Указ губернатора. Причем с пометкой «Срочно». В связи с участившимися случаями нападения косматых животных на людей на территории лесного фонда Тонких обеспечить их отлов и очеловечивание»*.

Видеоролик собрал более 100 тысяч просмотров на разных YouTube-каналах [12] и около 30 тысяч репостов в социальных сетях. В комментариях (всего порядка 50 тысяч) пользователи оперировали как риторикой неразумности (35 %): *«Давно догадывался, чем эти чиновники занимаются»* (Олег \*\*\*); *«А чем еще промышлять чиновникам целого министерства в регионе, где даже лесов особо нет?!»* (Ирина \*\*\*); так и риторикой иронии (65 %): *«Подскажите номерок! Приглашаю этих артистов вести бабушкин юбилей»* (Анна \*\*\*); *«Зато повеселили народ! Борьба с постновогодней депрессией»* (Игорь \*\*\*); *«Как в старой классике: за идею – “отлично”; за министерскую работу – “неуд”»* (Валерий \*\*\*).

Скандал получил особое освещение не только в федеральных, но и региональных СМИ. Причем наибольший интерес проявили именно Интернет-издания, вероятно, по причине того, что клип прочно вписывался в «классические» каноны сетевого контента: эксклюзив, зрелищность, ироничность, эротичность. Об этом можно судить по заголовкам: *«Чиновники оренбургского минлесхоза станцевали стриптиз»*; *«Пьянство, танцы и растраты. “Будни” оренбургских чиновников»*; *«Танцы не вокруг дерева, а вокруг шеста: как веселятся чиновники оренбургского министерства лесного хозяйства»*. Телеканалы, в свою очередь, обратили внимание на ролик в результате его конфликтности, дискредитации высокопоставленных чиновников.

На следующий день (23 января 2018 года) ситуацию прокомментировал и главный герой клипа – министр В. Тонких. Оказалось, роликов было несколько, все они снимались 3–4 года назад, но были выложены в Сеть только сейчас: *«Министерство существует семь лет и каждое 8 марта мы поздравляем женщин такими игровыми, хохмаческими фильмами. В них снимаются сотрудники министерства в нерабочее время. <...> Это недруги мои, которым я не разрешаю плохо работать, выложили выдержки из фильмов поздравительных, которые мы делаем для женской половины нашего министерства. И вот из этих пяти фильмов, они протяженностью намного больше, выбрали*

такие самые хлесткие моменты и сделали ролик величиной шесть минут. И преподнесли это как трудовые будни министерства лесного и охотничьего хозяйства. Дело в том, что это все для внутреннего потребления и никто из нас никогда в жизни не думал, что все закончится вот такой подлостью» [1].

Оценку действиям сотрудников министерства лесного и охотничьего хозяйства незамедлительно дал губернатор области Ю. Берг, который принял решение отправить в отставку министра и троих его заместителей: «Решение об увольнении участников видео пришло в первые секунды просмотра. Такое поведение недостойно государственного служащего, оно нарушает все моральные нормы. <...> Можно закрыть глаза на глупость молодых ульяновских курсантов. Но возраст и положение этих “артистов” позволяют им претендовать только на премию Дарвина» [13]. Следует предположить, что подобные резкие кадровые перестановки также были связаны с предвыборной президентской кампанией, обусловившей так называемую политическую санацию – борьбу за моральную «чистоту» рядов.

Спустя неделю после скандала (с 29 января по 2 февраля 2018 года) в социальной сети «ВКонтакте» был проведен авторский онлайн-опрос «Дискредитация политического актора» (n=500). Анкеты были размещены в 4 оренбургских пабликах. Всего респондентам было предложено ответить на 5 вопросов.

Согласно полученным данным, 78 % респондентов (преимущественно жителей Оренбургской области) видели клип сотрудников министерства лесного и охотничьего хозяйства региона. За дальнейшим развитием истории в совокупности следили 77 % опрошенных («Да» – 48 %; «Скорее, да» – 29 %). Информация о скандале наиболее полно отражалась на новостных лентах в Интернете (51 %) и в социальных сетях (24 %). Объективацию и полноту репрезентации данного прецедента на телевидении признали лишь 19 % респондентов (вероятно, здесь сыграла роль ранняя дискредитация ТВ при тенденциозном освещении скандала, связанного с О. Пивуновым, или при замалчивании информации о Митингах против коррупции 26 марта 2017 года [3]).

Кроме того, результаты онлайн-опроса подтвердили падение имиджа государственного служащего. 3/4 респондентов поддержали позицию губернатора Оренбургской области об увольнении сотрудников министерства лесного и охотничьего хозяйства («Да» – 46 %; «Скорее, да» – 29 %). При этом 2/3 уверены, что привычки и поведение, высмеянные в клипе, распространены среди госслужащих («Да» – 29 %; «Скорее, да» – 38 %), что конституирует стереотип о чиновниках [10].

Следующий этап антипозиционирования, в рамках которого происходила реализация стратегии прямой дискредитации, связан с возбуждением уголовного дела в отношении министра сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности региона М. Маслова в июне 2018 года.

Чиновник стал фигурантом уголовного дела о мошенничестве с бюджетными средствами. По данным следствия, в 2015–2016 годах крупнейший в Оренбургской области свинокомплекс получил из регионального и федерального бюджетов в качестве субсидий более 100 миллионов рублей. Все первые этапы следствия активно освещались СМИ (в том числе социальными медиа), поскольку коррупция в высших эшелонах власти априори вызывает интерес у аудитории, стереотипизируя восприятие образа чиновника [5].

А спустя два месяца, в августе 2018 года, в регионе разгорелся очередной политический скандал (стратегия прямой дискредитации), связанный с задержанием главы Оренбурга Е. Арапова. Градоначальник проходит одновременно по двум коррупционным делам (по версии правоохранителей, он получил крупную сумму и недвижимость за «покровительство»). Детали в интересах следствия пока не разглашаются. Однако сам факт судебных разбирательств в отношении первого лица города, заключение его под стражу и отстранение от должности обусловили появление в сетевых изданиях заголовков со следующими хедлайнами: *«"Высокосный год" оренбургских чиновников»*; *«По кату...»*; *«Сколько веревочке ни виться...»*.

Следует отметить, что тремя месяцами позднее, в ноябре 2018 года, сразу два министра региона (В. Кузьмин, отвечавший за труд и занятость населения, и В. Лабузов – за образование) одновременно сложили с себя полномочия, уйдя на заслуженный отдых. Данные прецеденты не попали в фокус внимания федеральных СМИ, поскольку не сопровождались громкими разоблачениями. При этом ряд региональных изданий и социальных медиа со ссылкой на собственные источники сообщают, что в домах высокопоставленных чиновников проводились обыски.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что в настоящее время медиа являются инструментом дискредитации политического актора. Данная парадигма диалектически заложена в технологиях конструирования политического имиджа. Как отмечает Д.В. Иванов, в современных медиакommunikationных реалиях противостояние на политической арене – это «не борьба партийных организаций или конкуренция программ действий. Это борьба образов – политических имиджей, которые создают рейтинг [либо антирейтинг]. <...> Реальные личность и деятельность политика необходимы лишь в качестве «информационных поводов», то есть служат своего рода алиби для тех, кто формирует имидж» [9, с. 402]. Подобное «алиби» в некоторых случаях позволяет корректировать медиа-стратегию – менять тональность, придерживаться определенной риторики (однако аргументы, представленные в настоящем исследовании, свидетельствуют о том, что это наблюдается далеко не всегда).

На данном основании выделяется как прямая стратегия дискредитации политического актора (медиа солидаризация, детальное освещение, ком-

ментирование со стороны представителей властной элиты, осуществление ответных политических действий в виде ротаций, увольнений и проч.), так и косвенная (тенденциозность репрезентации со стороны медиаконтролеров, отсутствие комментариев от представителей властной элиты и каких-либо ответных политических действий, но при этом в основе лежит юридический факт – информация о правонарушении, априори дискредитирующая политического актора). В результате неравномерности освещения политических скандалов со стороны телевизионных каналов аудитория преимущественно ориентируется на медиа-повестку поля Интернета, предлагающего поляризацию мнений, в меньшей степени подвергаясь цензурированию. Таким образом, происходит дискредитация телевидения как кредитного источника получения информации. Что касается дискредитации политических акторов, данные факты конституируют стереотип о российских чиновниках, усиливая падение имиджа государственного служащего. Можно предположить, что в подобных условиях как на региональном, так и федеральном уровне может обостриться проблема доверия к институту власти.

### Литература

1. Виктор Тонких: Ролики мы снимали к 8 марта, а в Сеть его выложили мои враги // РИА56. 2018. URL: <http://ria56.ru/posts/548345848345.htm> (дата обращения: 29.03.2018).
2. Возбуждено уголовное дело в отношении министра физической культуры, спорта и туризма Оренбургской области // Официальный сайт Следственного управления Следственного комитета Российской Федерации по Оренбургской области. 2016. URL: <http://oren.sledcom.ru/news/item/1075728> (дата обращения: 3.12.2016).
3. Ефанов А.А. Медиа-репрезентация протестных настроений в зеркале социологии // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2017. № 2. С. 63–67.
4. Ефанов А.А. Модели дискредитации политического актора посредством медиа: социологическое измерение // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2018. № 3. С. 42–51.
5. Ефанов А.А. Падение доверия к телевидению: социологический взгляд на проблему // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2018. Т. 18. № 2. С. 89–94.
6. Ефанов А.А. Российско-украинский кризис: была ли моральная паника? // Logos et Praxis. 2017. Т. 16. № 2. С. 93–99.
7. Ефанов А.А. Тенденциозность освещения политических скандалов и проблема доверия к телевидению // Информационное общество. 2017. № 4–5. С. 107–113.

8. Ефанов А.А. Эволюция стратегий репрезентации политического образа Дональда Трампа на российском телевидении // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2017. № 3. С. 40–44.
9. Информационное общество. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. 507 с.
10. Климова С.Г. Обыденные смыслы базовых понятий социально-политического лексикона: «Чиновники» // Социальная реальность. 2007. № 1. С. 49–77.
11. Руженцева Н.Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2004. 294 с.
12. Стриптиз от Министерства лесного и охотничьего хозяйства Оренбургской области. Виктор Тонких МинЛОХ // YouTube.com. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KBU0X1YaegA> (дата обращения: 29.03.2018).
13. Юрий Берг: Поведение сотрудников министерства недостойно госслужащих // РИА56. 2018. URL: <http://ria56.ru/posts/54834583458345835468.htm> (дата обращения: 29.03.2018).

*A.A. Yefanov*

#### **MEDIA RHETORIC STRATEGIES OF POLITICAL ACTORS DISCREDITATION**

*Annotation.* The article presents the substantiation of media rhetoric strategies of political actors discreditation. The study was based on political scandals in Orenburg region regarding the Minister of Physical Culture, Sports and Tourism O. Pivunov, the Minister of Forestry and Hunting V. Tonkikh, the Minister of Agriculture, Food and Processing Industry M. Maslov, as well as the head of Orenburg city Y. Arapov. A set of methods is used: content analysis and discourse analysis of the information programs of federal and regional TV channels, federal and regional news agencies, comments of users of social networks, as well as a secondary analysis of the results of sociological research. The study concludes, that the facts of political actors discreditation constitute a stereotype about Russian officials, reinforcing the decline in the image of a public servant.

*Keywords:* political scandal, political actor, discreditation, strategy, media rhetoric, media, anti-rating, power elite, institution of power, problem of trust.



## О РИТОРИЧЕСКОЙ СПЕЦИФИКЕ ПОЛИКОДОВОГО ПРОДАЮЩЕГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕМАГАЗИНА)

*Аннотация.* Статья посвящена анализу риторических особенностей поликодового текста телемагазина, обусловленных взаимодействием динамического изображения (видеоряда) и вербального текста. В фокусе внимания автора – эмпирическая аргументация, реализующаяся в телемагазине как аргументация наглядной демонстрации, опирающаяся на возможности сенсорного восприятия, эксплуатирующая соответствующий опыт адресата, либо апеллирующая к его воображению.

*Ключевые слова:* поликодовый текст, продающий текст, телемагазин, функции изображения, эмпирическая аргументация, аргументы наглядной демонстрации.

В настоящее время поликодовые тексты, то есть «тексты, построенные на соединении в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих – вербального текста в устной или письменной форме, изображения, а также знаков иной природы» [5: 124] привлекают к себе все большее внимание исследователей. Это связано с резким увеличением количества таких текстов и с возрастанием их значимости, прежде всего в массовой коммуникации. Сегодня можно наблюдать большое разнообразие взаимодействия системы языка (аудиальной в своей естественной, устной и визуальной в письменной форме) с другими аудиальными и визуальными знаковыми системами [2: 22].

Поликодовый характер текстов массовой коммуникации не может не отражаться на их воздействующих свойствах. Сказанное напрямую относится к рекламным текстам, которые являются не только принципиально поликодовыми, но и имеют ярко выраженный риторический характер. Предметом настоящей статьи является взаимодействие разных семиотических систем в реализации убеждающей и воздействующей направленности поликодового текста телемагазина.

Телемагазин определяют как особую разновидность масс-медиа – рекламное телевидение [4], особую разновидность не просто рекламного, но именно продающего дискурса», реализующего особый аргументативный



комплекс [3]. Специфическими чертами телепродаж являются: а) установка на стимулирование немедленной покупательской реакции (возможность заказа товара прямо во время эфира); б) увеличенная длительность эфира, посвященного одному товару; в) широкие возможности для наглядной и подробной презентации товара, особенностей его использования; г) наличие ведущих, своего рода телевизионных продавцов-консультантов, демонстрирующих товар в действии и дающих ему оценку.

Телепродавцы стремятся добиться от адресата-телезрителя совершения определенного действия – заказа товара в колл-центре. Это обстоятельство позволяет говорить в данном случае о продающем поликодовом тексте, направленном на достижение этой перлокутивной цели.

Поликодовый текст телемагазина сочетает в себе элементы нескольких семиотических систем: а) подвижного изображения (динамического видеоряда), фиксирующего все, что происходит в студии, б) неподвижных (закрепленных на экране) и периодически возникающих на экране маркеров-информантов, содержащих вербальные элементы, а также элементы других знаков систем: иконические, цифровые и т.д.; в) звучащего вербального текста – речь продавцов-ведущих; г) других аудиальных элементов, имеющие вспомогательный характер – музыка, звуковые сигналы, аплодисменты и др.

Как видим, одним из важнейших кодов здесь является видеоизображение. Выделяют следующие функции изображения: а) аттрактивную (привлечение внимание адресата); б) информативную (передача информации о предмете изображения); в) экспрессивную (получение эмоционального отклика); г) эстетическую (эксплуатация чувства прекрасного) [1].

Телемагазин использует все возможности телевизионной «картинки», прежде всего динамического видеоизображения. В центре внимание – продаваемый товар, который показывается с наиболее привлекательных сторон, в выгодных ракурсах, ведущие демонстрируют его полезные свойства: поливают обувь водой, жарят продукты на сковороде, мгновенно разглаживают мятые вещи отпаривателем и т.д. При этом видеоряд сопровождается речевой презентацией: взаимодействуя с товаром, ведущие описывают свои ощущения, высказывают одобрение, издают восхищенные возгласы, обсуждают преимущества товара, приводят рациональные и эмоциональные аргументы в пользу покупки. Исследователи поликодового рекламного текста отмечают, что невербальные его составляющие без поддержки вербального компонента оказываются малоинформативными, вербальные же, напротив, обладая множественностью интерпретаций, реализуют нужное значение при помощи визуального компонента [6].

В фокусе нашего внимания в настоящей работе находятся те элементы этой аргументативной структуры телемагазина, которые непосредственно связаны с видеорядом.

Рассмотрим один из эфиров телемагазина Top Shop TV (от 26.01.2017), представляющий жилет «Альфия» от компании «Laura Amatti». В студии две ведущие стоят рядом с вешалкой, на которой висит жилет, слева от них на подиуме находятся две модели, демонстрирующие вещь на себе. Камера много перемещается, долго не задерживаясь в одной точке. Ведущие активно жестикулируют, указывают на модель, трогают и показывают в камеру жилет с вешалки, гладят его, растягивают и т.д. Модели ходят по подиуму, завязывают и развязывают жилет, поворачиваются, застывают в разных позах, оглаживают себя. Периодически товар показывается крупным планом, например, когда демонстрируются особенности вязки.

Разные изобразительные элементы выполняют разные функции. Так, аттрактивная функция проявляется в «поведении» «маркера скидки», который периодически появляется и исчезает, внимание к нему также привлекает движущаяся вокруг него полоса. Ведущие «реагируют» на появление маркера, сопровождая его словесным указанием на скидку и возможность сэкономить (*Я бы сказала именно так / потому что мы предлагаем вам этот жилет не за 3199 рублей / а за 1999 рублей // Вы экономите 1200 рублей / милые дамы / а это практически стоимость самого жилета*).

Информативная функция проявляется в том, что утверждения ведущих дополняются, конкретизируются визуальным рядом. Например, утверждение о том, что жилет «Альфия» можно комбинировать с различными вещами, конкретизируются примерами различных образов, демонстрируемых моделями: *За счет того что белый цвет является монохромным / наряду с черным цветом / вы можете экспериментировать с цветами как угодно / к нему подойдут любые варианты / бежевые / красные / синие // Причем стилистика может быть тоже совершенно разной // Сейчас мы жилет «Альфия» сочетаем с блузкой «Милка» / и замечательными нашими джинсами «Дакота» // Смотрите / как смело выглядит //*

Эстетическая функция изображения реализуется за счет показа крупным планом вязки изделия, а также за счет того, что модель плавно водит руками по «кружевному» краю жилета, как бы следуя его изгибам, одновременно звучат слова ведущей: *Вот ощущение / как будто бы это жилет вывязан вручную какими-то кудесницами-мастерицами // Ж1: Да действительно / но ты знаешь / если вручную / мне кажется что очень сложно добиться именно такой идеальной вязки / то с помощью уникальной машинной вязки посмотрите как воплощается наша фантазия //*

Видеоряд выполняет иллюстративную функцию, например, параллельно со словами ведущей о том, как использовать жилет для визуального улучшения фигуры: *Действительно / он полупрозрачный / но / даже надевая его с темными вещами / мы выстраиваем зрительно силуэт // Во-первых делаем более аккуратной линию нашей груди / если завязать его / а если развязать / зрительно вытягиваем силуэт и создаем линию*

*талии*), показывают модель, которая стоит сначала с завязанным, а потом с развязанным жилетом, «моделируя» фигуру.

Одновременно со словами: *Это вот такая находка для тех дам / которые хотят чуть-чуть смоделировать фигуру / чуть-чуть поиграть с формами / которые хотят чуть-чуть смоделировать фигуру / чуть-чуть поиграть с формами / например скрыть зону бедер / сделать себе талию / нарисовать / что называется / ну и конечно же поменять цвет лица и выглядеть при этом модно*) модель поворачивается, кокетливо бросает взгляд в камеру, затем опускает голову, смотрит на завязки, которые придерживает руками, снова смотрит в сторону камеры, поглаживает на себе руками жилет снизу вверх. Наблюдается соотнесенность семантики вербального ряда («игра с формами») с визуальным рядом – «заигрыванием» модели с камерой.

Видеоряд прямого эфира телемагазина не отличается большим разнообразием: все происходит в студии, почти не используется монтаж (за исключением заранее записанных фрагментов, которые могут включаться время от времени, давая возможность продавцам отдохнуть). Такой, на первый взгляд, «не слишком телевизионный» подход имеет свои преимущества: он дает эффект реального обсуждения реального товара.

Приведенные примеры фиксируют ведущую роль вербального текста, который направляет внимание телезрителя, не дает ему отвлечься от, в общем-то, довольно однообразного видеоряда (учтем и условия восприятия телеречи: реципиент легко может отвлечься, отвернуться, смотреть программу «фоном»). В связи с этим речь продавцов-ведущих должна обладать особой фактурой: а) относительной неподготовленностью, что создает эффект непринужденного общения, б) непрерывным звучанием; в) активным использованием не только мимики и жестов, но и разнообразной интонационной структуры, смены темпа, громкости и т. д.

Визуальная презентация фиксирует различные способы взаимодействия ведущих с продаваемым объектом: они подробно рассматривают детали товара, производят с ним различные манипуляции (например, одежду трогают, гладят, шупают, сминают, растягивают, прикладывают к щеке, чтобы показать мягкость материала и т.д.), проводят «эксперименты», призванные продемонстрировать уникальные потребительские свойства товара: выжимают сок комбайном, выполняют упражнения на тренажере, примеряют одежду и обувь и т.д. Все эти действия обязательно отражаются в речи ведущих, которые постоянно комментируют свои действия, ощущения, впечатления, используя, таким образом, эмпирическую аргументацию, проявляющуюся как **аргументация наглядной демонстрации**.

Среди такого рода аргументов можно выделить следующие типы:

1. Комментарий к действию, когда мы можем наблюдать эффект от совершаемого действия: *Смотрите / как только я с него* (ортопедического

100 | матраса Dorneo Roll Up Эйр – А.Ж.) *встану / он моментально вернется в свою нормальную форму // Даже если я возьму какой-либо тяжелый предмет и положу его на матрас // Беру вот эту гантелю / кладу ее на матрас / даже вдавливаю внутрь / несколько секунд / убираем гантелю / на матрасе не остается ни следа!* // (Top Shop TV);

2. Комментарий к ощущениям, испытываемым ведущим, к его впечатлениям от взаимодействия с товаром. В этом случае слова ведущего могут не подкрепляться «картинкой», поэтому телезритель должен верить ему на слово: А. *Ты делаешь массаж спины / а я отключила инфракрасное тепло и делаю массаж живота <...>*. Б. *Ну я уже лично ощущаю себя достаточно хорошо / прилив сил / бодрости и хорошего настроения у меня есть* // (БУМ-ТВ) (говорит бодро, уверенно, вид довольный, улыбается).

Как видим, в первом случае роль изобразительного ряда усиливается, а во втором – уменьшается. Для усиления эффекта комментарии к сенсорным ощущениям часто сопровождаются видеорядом, демонстрирующим физический контакт с товаром, ср.: *Давай покажем // во-первых короткий очень такой упругий ворс / вот как мутоновая шуба / чтоб вы представляли // То есть действительно он такой плотный-плотный (видеоряд – рука гладит и щупает ворс коврика) // И вот она другая сторона // Посмотрите / если принт «леопард»/ то другая сторона такой молочный вкусный шоколад / слегка с перламутровым отливом // мех очень-очень изысканный / очень мягкий-мягкий (видеоряд – коврик, который приподнимают коврик, слегка встряхивают, демонстрируя, как лежит ворс, гладят) // И вот действительно на ощупь мутоновая шубка* // (Shopping Live); А. *Вот она эта ручка / я ее открываю // Ну посмотри какой дымок / какие ароматы / какие запахи! И вы посмотрите... Б. Я не удержусь, я не удержусь! // Слюнки текут // А. <...> Вкусно, вкусно, вкусно? Скажи, скажи! Б. Это просто потрясающе! Рыба тает! Она такая сочная!* (БУМ-ТВ).

Как видим, комментарии к действиям строятся с использованием глаголов с семантикой конкретного действия: *встану, вернется, возьму, положу, беру, кладу, вдавливаю, убираем, открываю, делаю*, а также языковых средств с семантикой указательности: *и вот она другая сторона, вот она эта ручка, беру вот эту гантелю*.

В эмпирической аргументации активно используются разнообразные языковые средства с семантикой сенсорного восприятия: визуального (*смотрите, посмотрите, давай покажем, продемонстрируем, видите*); слухового (*тихо, бесшумны, гудели, уснуть было невозможно*); тактильного (*очень мягкий-мягкий, ворс плотный-плотный, на ощупь как мутоновая шубка*), обонятельного (*цветочный аромат такой легкий-легкий, приятный; какие ароматы, какие запахи!*), вкусового: *вкусно; рыба тает!; такая сочная!* и т. д. Частотны языковые средства с семантикой благоприятных физиологических

ощущений: *ощущаю себя хорошо, прилив сил, бодрости и хорошего настроения; просто снимать не хочется, до того удобные ботинки!; нигде ничего не жмет, не натирает.*

Сюда же примыкают аргументы к сенсорному опыту адресата: *вот эти тридцатиградусные морозы / вы помните // Мы очень хорошо их запомнили // Скоро грянут крещенские морозы/ и опять станет невероятно холодно // Помнишь те спиралевые вентиляторы / которые действительно гудели / и с ними уснуть было невозможно; а принести природный пейзаж себе в дом <...> непозволительно / ну потому что например / настоящие цветы / они быстро вянут / а вода / даже если это легкий фонтанчик / своими каплями начинает раздражать (Top shop TV);* а также аргументы, апеллирующие к воображению, основанному на сенсорном опыте: *Этот шикарный водопад / такое ощущение / что ты забрел куда-то в лес/ потерялся / и вдруг открывается роскошная / потрясающая сказочная картина / на которой мы видим горный пейзаж / и конечно ниспадающие волны воды / которые так и кажется шелестят / шумят / успокаивая нашу нервную систему (Top shop TV).*

Сделаем выводы. Телемагазин представляет собой поликодовый мультимедийный текст, в которых звучащий вербальный компонент (речь ведущих) принципиально неотделим от визуального ряда, при этом роль подвижного видеоизображения и вербального ряда, главных составляющих поликодового текста телемагазина, попеременно то усиливается, то ослабляется. Подвижное изображение, взаимодействуя со звучащим вербальным компонентом, выполняет разнообразные функции. В свою очередь, вербальный текст, представляющий собой комментарий к изображению товара, строится с использованием особого рода риторической аргументации, апеллирующей к сенсорным ощущениям, опыту и воображению адресата. Аргументация в рассматриваемом типе текста, таким образом, строится на постоянном взаимодействии двух семиотических систем. Подчеркнем, что вербальный звучащий текст является неотъемлемой составляющей поликодового текста, без которой он в значительной мере утратил бы свою воздействующую способность. Элементы разных семиотических систем, выполняя каждый свою роль в структуре поликодового текста, «работают» в тесной связи друг с другом, создавая синергетический воздействующий эффект текста телемагазина.

### **Литература**

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестник Самарского гос. университета. 2008. № 4 (63). С. 19–24.

- 102 | 3. Жукова А. Г. Маркетинговое красноречие: о риторическом облике дискурса телепродаж // Русский язык за рубежом. 2018. № 2. С. 29–35.
4. Красикова Т. Р. Рекламное телевидение: конструирование образа товара как социально значимого // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом»: сборник научных работ / под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. С. 301–306.
5. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов [Текст]. Дисс. ... доктора филол.наук: 10.02.04. М., 2006. 323 с.
6. Ухова Л. В. Эффективность рекламного текста: синергетический подход // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 1. Т. 1 (Гуманитарные науки). С. 218–223.

*A. G. Zhukova*

#### **ABOUT RHETORICAL SPECIFICITY OF THE POLICODE SELLING TEXT (ON THE EXAMPLE OF TV SHOP)**

*Annotation.* The article is devoted to the analysis of the rhetorical features of the polycode text of the TV shop, due to the interaction of the dynamic image (video sequence) and the verbal text. The focus of the author's attention is empirical argumentation, implemented in the TV shop as an argument for visual demonstration, based on the possibilities of sensory perception, exploiting the addressee's relevant experience, or appealing to his imagination.

*Keywords:* polycode text, selling text, TV shop, image functions, empirical argumentation, visual demonstration arguments.

## СЕТЕВОЙ ИНСТИНКТ В «ГЛОБАЛЬНОЙ ДЕРЕВНЕ»: НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

*Аннотация.* Статья посвящена вопросам коммуникации в интернете и социальных сетях. Автор рассматривает некоторые тенденции и алгоритмы поведения пользователей интернета, анализирует речь и язык пространства соцсетей, задается вопросом безопасности интернет-общения.

*Ключевые слова:* соцсети, коммуникация, интернет-дискурс, информационная безопасность.

Сетевая связь, интернет, социальные сети, мессенджеры и чаты – все это не только неологизмы последних десятилетий, но и реалии современной жизни, которые внесли существенные изменения в интернет-дискурс. Сети и мессенджеры превратили мир в глобальную деревню, где всегда можно подмигнуть любому человеку, имеющему аккаунт, вне зависимости от того, как далеко от тебя он находится.

Сравнение современного мира с «глобальной деревней» восходит к термину, использованному канадским теоретиком в области массовой коммуникации Гербертом Маршаллом Маклюэном в середине XX века и вынесенному в заглавие одной из его книг [ 3 ].

Современный человек мало задумывается о том, насколько его жизнь подчинена алгоритмам поведения, диктуемым социальными сетями, блогами и новостями. Информация в некоторых из них зачастую не имеет ничего общего с фактами. Многие страницы в соцсетях тщательно отредактированы и отрежиссированы. Аккаунты звезд ведут команды профессионалов в области пиара и SMM. Популярные блогеры, на которых хотят ориентироваться современные подростки, становятся новыми звездами и диктуют моду, вкус и речевое поведение.

При этом в таком на первый взгляд свободном дискурсе остро встают проблемы информационной безопасности, с которой все чаще сталкиваются те, кто привык довольно неофициально высказываться в публичном пространстве. За неличеприятный пост в Twitter, Facebook или обмен мемами и шутками в рабочем чате вполне могут уволить с работы. Подобная практика давно укоренилась в западной традиции и постепенно приходит



104 | в Россию. Например, в июле Тинькофф Банк уводил нескольких сотрудников за легкомысленное общение в рабочем чате – с формулировкой «за нарушение этических норм». Сотрудники банка проводили время в чате «за низкокультурным общением вместо работы», написав в общей сложности около 200 тысяч сообщений. (<https://vc.ru/finance/42686-tinkoff-bank-uvolil-neskolko-sotrudnikov-za-narushenie-eticheskikh-norm>)

Кажущееся личным пространство соцсети таковым вовсе не является. Мы же активно делимся информацией, порой не подозревая, в каких целях можно ее в дальнейшем использовать. И в частности, против нас.

В мире в настоящее время распространена не одна сотня социальных сетей. В лидерах числятся Facebook (1,2 млрд человек), Twitter (Твиттер) (около 500 млн), Instagram, Google + (около 600 млн), российская сеть ВКонтакте (около 300 млн), Youtube и др. В России расстановка сил у этих соцсетей немного другая. Но лидеры из мирового списка встречаются и здесь: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир», Instagram, Facebook, Livejournal (по данным <https://male-hobby.ru/rejting-sotsialnyh-setej.htm>). Авторы и целевые аудитории этих соцсетей различаются своими пристрастиями, интересами и предпочтениями, коммуникативными тактиками, социальной и возрастной принадлежностью.

Ответы на вопросы о пользе и вреде социальных сетей, возникающие периодически в СМИ и научных дискуссиях, не так однозначны. Да, с одной стороны соцсети не всегда безопасны и отнимают много времени. С другой стороны, в сетях размещается, например, и большое количество информации образовательного характера.

Если вам нужна инструкция, обучающий урок, лекции ведущих специалистов различных вузов и др., то в первую очередь вы вспомните про Youtube. Мой племянник, задавшись целью победить в школьном конкурсе по сборке кубика Рубика, три дня провел с обучающими роликами на Youtube. С рекордным результатом – меньше минуты – он в итоге выиграл конкурс!

Популярность видеоконтента сейчас настолько высока, что многие авторы, например, популярные тревел-блогеры, находясь перед выбором: текст или ролик – выбирают ролик. В споре «текст против видео» сейчас все чаще выигрывает видео. Преобладание визуальной подачи информации, в том числе и в обучающих программах, – еще одна из особенностей современного коммуникативного пространства.

Новостная лента социальной сети Фейсбук представляет собой мозаику из сообщений разных авторов, добавленных пользователем в «друзья», и выглядит как бесконечный дискурс, не имеющий ни пространственных, ни временных ограничений. Общение в социальной сети – это бесконечный поток. Мозаичный поток сознаний разных авторов. Текст становится игрой, и в ней меняются правила: полноправными правами владеет смайлик, исчезают знаки препинания и строчные буквы.



В такой «глобальной деревне» появляется своя «валюта». Пользователи борются за лайки и подписчиков. Борьба идет не на жизнь, а на смерть (иногда в буквальном смысле слова, особенно если речь идет о блогерах-экстремалах), потому что подписчик приносит с собой рекламодателей, и, соответственно, живые деньги за размещенную в популярном блоге рекламу.

Общение в соцсети всегда эмоционально и экспрессивно, зачастую это общение провокационное, ироническое, саркастическое. В ветке с большим количеством комментариев вы всегда встретите и защитников, и оппозиционеров, и вездесущих троллей.

В борьбе между «быть» и «казаться» зачастую выигрывает последнее: человек в соцсети всегда помнит об одной из «самых важных своих задач» – смоделировать определенный образ себя и именно его представить своей аудитории. Поэтому так популярны различные приложения – фото- и видеоредакторы и постановочная съемка. Аккаунты «звезд-миллионников» (то есть имеющих более миллиона подписчиков), повторюсь, ведутся профессионалами, говорящими за звезду от первого лица.

Соцсети являются быстрым инструментом для распространения информации и активно пользуются этой возможностью. При таком распространении сети не могли не повлиять на язык. И вот каждому пользователю соцсетей уже понятны заимствованные неологизмы *лонгрид*, *селфи*, *чек-ин*, *лайк*, *шер*, *репост/перепост*, *лайкнуть*, *пошерить*, *расшерить/расшиарить*, *френд*, *расфрендить/отфрендить* (удалить из списка друзей), *забанить*, *перепостить* и др.

Границы между устной и письменной речью в сетях все более и более размываются. Здесь чаще наблюдается дублирование сообщений с переводом на английский язык (при том, что во многих сетях существует функция автоматического перевода), использование и кириллицы, и латиницы в пределах одного предложения. Авторы предпочитают короткие посты сообщений, несмотря на то, что во многих сетях нет ограничений по количеству знаков. Связано это с тем, что информационное пространство перенасыщено, длинные тексты, так называемые лонгриды, отнимают много времени и поэтому могут остаться без внимания.

В то же самое время возникают все большие границы между поколениями. «Стремительный рост технологий приводит к все большему непониманию между старшим и младшим поколениями. Информационный вакуум старшего поколения обусловлен их отсутствием в соцсетях в то время, как их младшие родственники находятся в постоянном общении. Младшие – дети, внуки – получают информацию о каждом шаге своих друзей, видят их фотографии, селфи и чек-ины (от англ. *check – in* – регистрироваться, отметить) в определенном месте, например) практически каждый день. У старшего поколения подобного информационного контекста нет». ...» [2: 20]

«Глобальная деревня» обросла своими многочисленными жителями, но по уровню грамотного отношения к информации пока еще находится на

106 | стадии племенной жизни каменного века. Вопрос о том, как грамотно распоряжаться информацией – как внешней, так и собственной – это тот вопрос, которым стоит задаться уже сейчас, чтобы в дальнейшем не расхлебывать последствия своей неграмотности.

«Содержание и формы современной культуры существенно зависят от тех новых форм технологии создания речи, которые предложены нам прежде всего развитием электронной техники. Сегодня мы живем в новом информационном обществе и надо честно сказать, что общество не справляется с теми задачами, которые выдвигаются перед ним новыми формами речи...» [ 1: 75].

Актуальность исследований интернет-дискурса, таким образом, не вызывает сомнений: исследования в этой области важны для формирования целостного представления об особенностях коммуникации в эпоху цифровых медиа, анализа устно-письменной формы современного русского языка. Материалы подобных исследований могут быть использованы как в филологических, так и в различных смежных областях различных наук.

### **Литература**

1. Аннушкин В.И. Язык и жизнь. Книга о русском языке – речи – слове. – М.: Русская школа, 2010. 320 с.
2. Змазнева О.А. Коммуникативное пространство соцсетей начала XXI века: файлы образов и потоки сознания // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. 2018. № 3 (27). С. 16–22.
3. McLuhan M., Fiore Q. War and Peace in the Global Village. — N. Y.: Bantam, 1968.

*O.A. Zmazneva*

### **NETWORK INSTINCT IN A GLOBAL VILLAGE: SOME PROBLEMS OF MODERN INTERNET DISCOURSE**

*Annotation.* The article is devoted to the problems of communication in social nets. The author discusses the main trends in communication patterns, network instincts and the questions of information security in modern society.

*Keywords:* network, social nets, communication, internet – discourse, information security.

## РИТОРИКА ПАТРИАРХА: МЕДИЙНЫЙ ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО РИТОРА-МИССИОНЕРА

*Аннотация.* В статье представлены некоторые выводы исследования речевой деятельности Патриарха Московского и всея Руси Кирилла в СМИ. Рассмотрены особенности формирования медийного образа современного русского ритор-миссионера – Патриарха Кирилла – на материале выступлений в программе «Слово пастыря», телеобращений, коллективных и индивидуальных интервью.

*Ключевые слова:* риторика; ритор; образ ратора; медийный образ; интервью Патриарха Кирилла.

Сотрудничество со средствами массовой информации занимает важное место в публичной речевой деятельности Патриарха Московского и всея Руси Кирилла. Выступления в СМИ, как правило, приурочены к значимым событиям, вызывающим широкий общественный интерес, или к ситуациям, когда в обществе возникает потребность узнать позицию и получить ответы Предстоятеля Русской Православной Церкви на актуальные вопросы.

Аудитория СМИ представляет собой массовую аудиторию, границы которой отличаются подвижностью, а объем и состав потенциально не ограничены. Аудитория Патриарха Кирилла в СМИ может быть охарактеризована как разнородная с точки зрения таких факторов, как возраст, духовный и интеллектуальный уровень, социальная и профессиональная принадлежность, вместе с тем разнородная аудитория может объединять в своем составе людей, проявляющих внимание к высказываниям Патриарха как на основе общности мировоззрения и принадлежности к Православной Церкви, так и на основе существующего интереса к заявлениям одного из авторитетных религиозных лидеров и общественных деятелей современной России.

Работа Патриарха Кирилла со СМИ преимущественно осуществляется в трех форматах: телеобращения по случаю важных дат и событий, ответы на вопросы телезрителей в программе «Слово пастыря», а также коллективные и индивидуальные интервью представителям СМИ. Телеобращения, например, традиционные Рождественские и Пасхальные, как вид речи по

108 | своим характеристикам могут быть соотнесены с проповедями. Речи при ответах на письма телезрителей в программе «Слово пастыря», в которых затрагиваются волнующие современников вопросы, например касающиеся представлений человечества о справедливости или о христианском отношении к смерти, вопросы исторического прошлого страны или места России в современном мире и другие проблемы, включают в себе характерные черты таких видов речи, как проповеди и обращения к общественности. Коллективные интервью, во время которых Предстоятель отвечает на вопросы собравшихся представителей общественности и СМИ, и индивидуальные интервью представляют собой разновидности диалогической речи, при этом если во время коллективного интервью темы вопросов разных интервьюеров могут быть как связаны, так и не связаны между собой и ответ на каждый вопрос, как правило, представляет собой отдельный монолог, то индивидуальное интервью – это обычно продолженный диалог – беседа Патриарха и представителя СМИ.

Примером коллективного интервью может служить встреча Патриарха с журналистами и ответы на их вопросы в рамках Международного фестиваля православных СМИ. В качестве примеров индивидуального интервью можно привести традиционные Рождественские интервью, интервью, приуроченные к особым датам, таким, в частности, как годовщина интронизации Предстоятеля или празднование 700-летия преподобного Сергия Радонежского.

Речи Патриарха в СМИ, как и другие виды речи Предстоятеля, в своей основе содержат риторический пафос формирования человека, замысел утверждения истин веры, духовного просвещения и приведения человека к норме знания высшего нравственного закона. Пафос формирования человека непосредственно связан с пафосом поддержания устойчивости, который выражается в стремлении побудить человека к сохранению веры, системы традиционных духовно-нравственных ценностей. Важным аспектом пафоса речей Патриарха является соединение в содержании вопросов веры и духовности с актуальными проблемами современности. Эмоциональный пафос выступлений Предстоятеля в СМИ характеризуется стремлением разделить собственные чувства с аудиторией, вызвав в ней ответные эмоции.

Рассмотрим более детально особенности речи Патриарха во время индивидуального интервью телеканалу «Россия 24» после посещения олимпийских объектов в Сочи, которое состоялось 4 февраля 2014 года.

Вопрос: Ваше Святейшество, здравствуйте! Расскажите, как оцениваете олимпийские объекты, которые уже удалось посмотреть, и общий уровень подготовки к Олимпиаде?

Отвечая на этот вопрос, Патриарх обращается к своему реальному опыту: «Мне в жизни приходилось видеть олимпийские объекты и достаточно известные объекты, связанные с зимним спортом в Европе», – и, сравнивая

предыдущий опыт с опытом посещения олимпийских объектов в Сочи, выражает свою оценку в эмоционально-экспрессивной форме: «Откровенно скажу без ложного патриотизма, что я ничего подобного никогда не видел ни в живую, ни в видеоматериалах. Это совершенно уникальные спортивные сооружения». Предстоятель передает аудитории свое особое эмоциональное состояние, говоря о заслугах тех, чьими силами олимпийские объекты создавались, и результатах их работы: «Гордость просто посещает человека, когда он смотрит на то, что за такое короткое время удалось сделать нашим строителям, проектировщикам, тем людям, которые вкладывали средства, и нашему государству, конечно, поэтому чувство очень такое приподнятое». Общий уровень подготовки к Олимпиаде вызывает у Патриарха «реальные надежды на успехи». Предупреждая вероятность тех или иных результатов будущих спортивных соревнований, Предстоятель с уверенностью сообщает: «Даже если мы не будем первыми на этой Олимпиаде, все то, что я увидел, дает нам несомненную возможность очень скоро занимать самые высокие места на зимних Олимпиадах». Ответ на первый вопрос завершается побудительной фразой в форме пожелания, обращенной к участникам Олимпиады: «Но я хотел бы пожелать спортсменам, чтобы и эта Олимпиада была для нас успешной».

Вопрос: Расскажите, а как Русская Православная Церковь взаимодействует со спортсменами?

В своем ответе Патриарх отмечает, что у Церкви «очень тесные взаимодействия со спортом», и уточняет: «Мы поддерживаем спортсменов, мы посещаем различного рода спортивные соревнования». Объяснение такого тесного взаимодействия происходит путем сравнения и выявления общих черт в занятиях спортом, которые «формируют человеческую личность, формируют внутреннего человека», и деятельности Церкви, которая «занимается духом человека». Говоря о необходимых условиях для достижения высших результатов в спортивных состязаниях, Патриарх свидетельствует: «Без соответствующего внутреннего состояния невозможно выиграть ни одно соревнование. Помимо техники, правильных движений и прочего, что необходимо в любых видах спорта, помимо хороших мышц, хорошей нервной системы, нужна внутренняя очень мощная волевая установка, а это связано с состоянием человеческого духа». Сказанное усиливается приемами цитирования и словесной игры: «Поэтому глубоко убежден, что замечательная поговорка «В здоровом теле — здоровый дух» имеет и обратное прочтение «Здоровый дух — здоровое тело»». Резюмируя сказанное и завершая ответ на вопрос о взаимодействии РПЦ со спортсменами, Предстоятель сообщает о том, какое отношение к спорту и особым спортивным качествам участников состязаний существует сегодня у представителей Церкви: «Поскольку Церковь занимается духом человека, то все, что касается спорта, нам очень

110 | близко, понятно, и я бы сказал, что у большинства священнослужителей вызывает глубокое уважение самоотверженность, с которой спортсмены готовятся к соревнованиям, и как они эти соревнования проходят».

Вопрос: Насколько я знаю, представители всех конфессий построили здесь, в Олимпийской деревне, и на спортивных объектах моленные комнаты. Скажите, много ли спортсменов их посещает, и как вы взаимодействуете с представителями других религий?

Ответ на этот вопрос начинается сообщением, продолжающим мысль о взаимодействии Церкви со спортом: «Каждый раз, когда выезжают делегации на Олимпийские игры, на другие крупные соревнования, наши священнослужители всегда сопутствуют делегации». В конце ответа дается объяснение: «Поддержка спортсменов на Олимпийских играх, на любых других крупных соревнованиях является нашей пасторской задачей». В основной части ответа на вопрос развивается мысль о значении веры в жизни спортсменов: «Сейчас не буду говорить о процентах, но, я думаю, что большинство спортсменов — это люди верующие, потому что то, чем они занимаются, очень помогает людям понять присутствие Бога в их жизни». Для раскрытия этой мысли в речи звучит вопрос: «Что такое удача?», — и дается объяснение этого понятия с разных точек зрения с привлечением конкретного примера: «Мы стоим с вами сейчас на этом замечательном сооружении — санно-бобслейной трассе. Сотую долю секунды проиграл — и ты уже проиграл первое, второе или третье место. Говорят, что все одинаково подготовлены, но есть некая удача — понятие бессмысленное с точки зрения Церкви, которое не может быть описано рационально». Позиция Церкви формулируется следующим образом: «Мы говорим, что в этом зазоре между максимальным напряжением человеческих сил и результатом есть нечто, что может быть заполнено помощью свыше». Этим и объясняется факт, что «спортсмены, которые прекрасно это знают, молятся перед стартами».

Вопрос: Святейший Владыка, в современном мире встречаются проявления розни и ненависти как по религиозному признаку, так и по другим. Скажите, на Ваш взгляд, Олимпиада может сгладить эти разногласия?

В ответе на вопрос звучит утверждение, что «меньше всего розни по религиозному признаку», и дается объяснение отсутствия истинно религиозных мотивов в проявлениях розни и ненависти: «То, что мы видим, — терроризм, который использует религиозную стилистику, атрибутику и какие-то идеи, меньше всего защищает веру и меньше всего осуществляется подлинно верующими людьми». Данное объяснение усиливается эмоционально-экспрессивным доводом: «Потому что ни один верующий, ни один нормальный человек не будет убивать беззащитных детей во имя какой-то высшей идеи». В речи констатируется факт, что «между религиями, к счастью, нет того конфликта, который иногда описывается как религиозный, а на самом деле под этим

конфликтом совершенно другие цели и причины». Далее на примере одного из существующих современных конфликтов опровергается его религиозная подоплека: «То, что мы сейчас видим в Сирии, – это никакой не религиозный конфликт, потому что в Сирии тысячу лет христиане и мусульмане жили в мире, но появились какие-то люди, которые во имя некоего высшего ислама и самого чистого прочтения ислама уничтожают себе подобных зверским образом — головы отрезают». В приведенном примере сильное эмоциональное воздействие достигается упоминанием жестокого способа казни, используемого террористами. Ответ на заданный вопрос заканчивается противопоставлением указанным псевдорелигиозным конфликтам реально существующей ситуации согласия между религиями: «В области же межрелигиозных отношений все хорошо, особенно в нашей стране».

Вопрос: Тем не менее Олимпиада может сгладить социальные разногласия, которые время от времени в нашем обществе вспыхивают?

Отвечая на этот вопрос, Патриарх рассуждает о духе Олимпиады: «Я не знаю, насколько Олимпиада несет этот исцелительный дух, но она вот какой дух несет: люди чувствуют некую солидарность, увлечение общим делом». Эмоциональная оценка звучит во фразе: «Замечательны примеры мужества спортсменов». Как «положительная сторона Олимпиады» характеризуется тот факт, что «оценивают и аплодируют часто спортсмену не своей страны, а тому, который действительно блестяще выиграл», и делается вывод, что «в этом смысле психологически преодолевается рознь мира сего, преодолеваются границы, и подлинный подвиг спортсмена вызывает уважение у тех людей, которые с этим спортсменом не связаны ни национальностью, ни культурой, ни языком».

Вопрос: Скажите, насколько, на ваш взгляд, спортивна современная молодежь? Поможет ли Олимпиада привлечь к массовым занятиям спортом еще больше детей и подростков?

Ответ на вопрос начинается с выражения пожелания: «Дай Бог, чтобы привлекала». Привлечение к занятиям спортом необходимо, потому что существуют проблемы, состоящие, по утверждению Патриарха, в том, что «гедонистический образ жизни, который сегодня искусственно насаждается, — ешь, сколько хочешь; пей, сколько хочешь; веди себя, как хочешь, — изгоняет такое важное понятие, как «самоограничение», на церковном языке — «аскеза»». Значение данного понятия еще раз подчеркивается в определении: «Аскеза — это и есть самоограничение». Предупреждая возможное понимание аскезы как явления, присущего только монашеской жизни, Предстоятель поясняет: «Это не только удел тех, кто в пещерах Афонской горы спасается. Без аскезы человек жить не может, без аскезы не может быть внутреннего роста». Мысль об аскезе в жизни человека развивается применительно к спортивной теме: «Спорт непременно налагает на человека огромные самоограничения



112 | по весу, по образу жизни, по состоянию мышц, по состоянию духа. Если человек занимается спортом, то очень часто мишура повседневной жизни, которая плохо отражается и на духе, и на теле, провоцируя болезни душевные и телесные, она уходит». В конце ответа на вопрос Патриарх суммирует сказанное и заключает: «Поэтому я считаю, что занятие спортом полезно не только для тела, но и для души человека, а когда это еще сопровождается глубокой верой спортсмена, то это то, что надо».

Вопрос: Скажите, а есть ли в РПЦ священники, которые были в прошлом спортсменами?

Отвечая утвердительно на этот вопрос: «Конечно, очень много», – Предстоятель приводит конкретные примеры того, как священнослужители продолжают свои спортивные занятия уже в церковной жизни: «Даже сейчас наши батюшки прыгают с парашютами, возглавляют клубы боевых искусств, занимаются гимнастикой с ребятами, лыжами и всё больше и больше».

Вопрос: Вы какими видами спорта увлекаетесь?

Уклоняясь от ответа на поставленный вопрос, Патриарх дает следующее объяснение: «По некоторым причинам я сейчас не буду об этом говорить, поскольку один из видов спорта, которым я увлекаюсь, как раз представлен на Олимпиаде. Но не хотел бы таким образом некие свои предпочтения высказывать».

Вопрос: Будете присутствовать на каких-либо спортивных мероприятиях или церемониях?

За отрицательным ответом: «Нет, я не буду», – следует изложение плана пребывания в предолимпийском Сочи и дальнейших планов в отношении Олимпиады: «Я завтра встречусь с командами России, Украины, Беларуси, Молдовы, совершу все действия, которые считаю необходимыми совершить. Само открытие Олимпиады и сами соревнования буду смотреть по телевизору. Таков график моей жизни».

В конце беседы корреспондент благодарит его Святейшество за интервью.

Особенностью индивидуального стиля Патриарха в данном виде речи является присутствие разговорных и публицистических элементов («ничего подобного никогда не видел ни в живую, ни в видеоматериалах»), «сотую долю секунды проиграл – и ты уже проиграл первое, второе или третье место», «то, что мы сейчас видим в Сирии, – это никакой не религиозный конфликт», «в области же межрелигиозных отношений все хорошо, особенно в нашей стране», «это то, что надо», «Дай Бог» и т.д.), которые сочетаются с элементами книжного стиля («рознь мира сего», «удел тех, кто спасается», «сопутствовать», «насаждать», «изгонять», «аскеза»). Как уже было отмечено выше при анализе содержания интервью, для речи характерна эмоциональная экспрессивность, в частности, выражаемая эпитетами («уникальные спортивные сооружения», «замечательная пословица», «глубокое уважение»,



«важное понятие») и метафорами («мишура повседневной жизни», «удел тех, кто в пещерах Афонской горы спасается»).

Синтаксическая структура речи характеризуется тем, что она преимущественно строится из простых периодов, которые могут распространяться придаточными предложениями, в основном, изъяснительными и определительными. Другой характерной чертой речи является свойственная для высказываний разговорного и публицистического стиля парцелляция, которая используется для выделения и усиления в речи наиболее важных смысловых элементов. Такое построение синтаксической структуры обеспечивает ясность, а также простоту восприятия и понимания речи аудиторией.

Для исполнения речи характерна спонтанность, свидетельствующая о том, что речь не была подготовлена заранее. В целом произнесение выдержано в едином темпе, на одном уровне громкости. Выразительными средствами служат вариативность интонации, паузации и использование логических ударений, которые выделяют важные в эмоционально-экспрессивном и смысловом отношении элементы речи.

Продемонстрируем особенности просодической стороны речи на примере следующего фрагмента, в котором знаком ↑ будет отмечаться восходящая интонация, знаком ↓ – нисходящая, полужирным шрифтом с подчеркиванием будут отмечены слова, выделенные при произнесении речи логическим ударением, знак ||| будет обозначать паузу между высказываниями, знак || – паузу между периодами, знак | – паузу внутри периода.

«Мне в жизни приходилось видеть олимпи↑йские объе↓кты | и достаточно известные объекты, связанные с зимним спортом в Евро↑пе. || Откровенно скажу ↓ | без ложного патриоти↓зма, | что я ничего подобного | никогда не видел | ни в живу↑ю, | ни в видеоматериа↑лах. || Это совершенно уникальные | спортивные сооруже↓ния. || Гордость | просто | посещает челове↑ка, | когда он смотрит на то, что за такое короткое вре↑мя | удалось сделать нашим строи↑телям, | проектиро↑щикам, | тем людям, которые вкладывали средства, | и нашему государству, коне↓чно, | поэтому чувство очень такое припо↑днятое. || Появляются реальные надежды на успе↑хи. || Даже если мы не будем пе↑рвыми на этой Олимпиа↓де, | все то, что я уви↓дел, | дает нам несомненную возможность | очень ско↓ро | занимать самые высокие места на зимних Олимпиа↓дах. || Но я хотел бы пожелать спортсме↑нам, | чтобы и эта Олимпиада была для нас успе↓шной |||».

### Литература

1. Аннушкин В.И. Риторика. Вводный курс. Учебное пособие. М. Флинта: Наука, 2011. 296 с.
2. Волков А.А. Курс русской риторики. М., Русская панорама, Кафедра, 2013. 416 с.

- 114 | 3. Патриарх Кирилл. Интервью телеканалу «Россия 24» 04.02.2014. [Электронный ресурс] URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3556515.html> (дата обращения 21.08.2017).
4. Рождественский Ю.В. Принципы современной риторики. 3-е изд., М.: Флинта: Наука, 2003. 176 с.
5. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М., Флинта: Наука, 2004. 512 с.

*Y.Y. Kabankova*

**RHETORIC OF PATRIARCH: MEDIA IMAGE OF CONTEMPORARY  
RUSSIAN RHETORICIAN MISSIONARY**

*Annotation.* The article presents some conclusions of the study of speech activity of the Patriarch of Moscow and All Russia Kirill in the media. The features of media image formation of the modern Russian missionary rhetorician – Patriarch Kirill – were reviewed on the basis of speeches in the “Word of the Shepherd” program, television addresses, collective and individual interviews.

*Keywords:* rhetoric, rhetor, rhetorician image, media image, interview of Patriarch Kirill.

## ПРОСТОРЕЧНАЯ И ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА КАК СУБСТАНДАРТНЫЙ ФЕНОМЕН В СМИ

*Аннотация.* Статья посвящена изменению нормотворческой функции СМИ. Автор рассматривает язык СМИ как адаптивную самоорганизующуюся систему, целостность которой определяют экстралингвистические факторы. Лексика при этом анализируется как наиболее «слабая» подсистема языка.

*Ключевые слова:* субстрат; языковая норма; лексика; язык СМИ; коммуникация.

Система языка как система бесконечных возможностей охватывает идеальные формы воплощения определенного языка, даже субстрата, то есть технику и шаблоны для соответствующей языковой деятельности. Возможно понимание языковой системы именно как системы правил [2]. Функциональное толкование системы учитывает то, что целостность элементов системы и их отношений определяется функцией, внутренне ей присущей как адаптивной самоорганизующейся системе. Адаптивная система отличается способностью варьировать свой функциональный потенциал в зависимости от изменения коммуникативной среды. Языковая система выступает как гомеостат (саморегулирующаяся система) и становится корректной по отношению к функциональному повороту в лингвистике, особенно в связи с динамикой нормы. Наиболее «слабой» подсистемой языка, как мы знаем, является лексика, так как в ней с наименьшей регулярностью появляются оппозиции, определяющие взаимную обусловленность элементов. Лексическая подсистема выступает как самая подвижная, непосредственно подверженная экстралингвистическим влияниям. В настоящее время становится актуальным уделять внимание таким субстандартным феноменам, как просторечная лексика, а в последнее время активизировались модные слова (как правило, англицизмы). Появляются пока немногочисленные работы о таком новом социолекте, как «мамский язык», который находится, естественно, за пределами литературного языка. Возросший интерес к изучению языкового субстандарта как динамического явления, повлиявшего на качество речевой культуры современных характерен для настоящего времени. Безусловно, велика концентрация просторечных элементов в текстах российских газет.

Что касается устных медиальных средств, то их специфической особенностью является установление сиюминутного, одномоментного коммуникативного контакта с массовой общеэтнической аудиторией. «В отличие от письменного текста, повторное востребование адресатом текста устного, как правило, затруднено, поэтому его вербальное оформление должно быть настолько сближено с узусом предполагаемого адресата, с его языковой компетенцией, чтобы он смог сиюминутно, причем желательно без потерь и искажений, воспринять информацию. Это изначально предполагает необходимость снижения общей «планки» текста, сближения его с массовым узусом, что не может не отражаться на языковом стандарте» [3].

Публицистические тексты, с одной стороны, отражают коммуникативную практику современного типа носителя языка (исключая элитарный тип), а с другой – оказывают сильное воздействие на формирование активного словаря социума. В СМИ проявления речевой небрежности становятся нормой. Ошибка, антинорма в языке масс-медиа превратилась в допустимую и неосуждаемую реальность, то есть перестала быть антинормой как таковой. Именно благодаря СМИ 90-х годов в общественном сознании закрепилась мысль, абсолютно невозможная в доперестроечное время: говорить плохо не стыдно, ибо так говорят многие активные члены общества, «лучшие люди» страны (например В. Черномырдин).

В обществе сложилась особая коммуникативная стратегия, которую можно сформулировать как некий девиз: новизна, креативность, стилевая небрежность. Эту стратегию активно поддерживают СМИ. Законы этой модной коммуникативной стратегии далеки от риторики и ортологии. Закон первый: если ты говоришь и пишешь ярко и оригинально, тебе не обязательно говорить и писать грамотно. Закон второй: лучше говорить вычурно, чем понятно.

Норма, устанавливаемая языком СМИ, качественно отлична от той, которую задавала русская художественная литература. Ведь язык СМИ в выборе необходимых ресурсов опирается на мгновенный риторический эффект, а значит – не может производить, «поставлять» обществу эталоны всеобщего значения. СМИ отлично приспособлены для языковой игры, но не как материал для обучения, например. Язык же литературы определяется понятием красоты, что и соответствует функции эталона, поставленного выше отдельных речевых актов [4]. Красота имеет два источника: первый – гармония между формой и содержанием речи, второй – гармония формы самой по себе. Первый источник нарушается стилевой эклектикой, характерной для сегодняшних СМИ (жаргонные слова обычны в публикациях на самые серьезные темы), второй – размывается ориентацией на иную языковую культуру. Ср. обычные случаи использования англицизмов вместо имеющихся в языке адекватных по семантике и прагматике исконных слов только потому, что первые «стильно звучат», а не потому, что иноязычные вкрапления заполняют денотативный или экспрессивный вакуум. Е.В.Какорина [1] отмечает такие изменения в социо-

психологических функций языка массовых коммуникаций: усиление функций «информирования и развлечения» и редукцию функции регулирования. Однако вывод Е.В. Какориной в целом соответствует многим аналогичным наблюдениям. Ср.: «Средства массовой коммуникации в информационном обществе функционируют по-другому, и то, что норма находится в ведении этих средств, с присущей им, в частности, установкой на сенсационность, создает объективно иную картину, отличную от того времени, когда норма определялась образцовой речью писателей, «властителей дум» и мастеров слова, и от тех времен, когда языковая политика была частью политики идеологической» или: «Источником анализируемой стратегии является, конечно, язык СМИ, в котором ясность (ориентир классической риторики со времен Аристотеля), и уместность (главный ориентир стилистики, особенно функциональной), и правильность (ориентир ортологии) уступают место оригинальности, броскости, сенсационности» [1]. Сопоставим результаты анализа лексики массового издания «АИФ» и репрезентанта «качественной прессы» – газеты «Коммерсантъ», адресованных читателям из разных социальных слоев современного российского общества.

Тип слов и выражений	Статистика и репрезентативные примеры	
	АИФ	Коммерсантъ
Заимствования	168 (бизнес, вакантные проценты, коллизия, лидерство, хакер, высокий сезон и пр.)	• 23 (авторизация, бизнес, бизнесмен, бонус, видеоблогер, дилер, дрогери, китч, кластер, криптография, менеджер, меседжер, онлайн, пиар, провайдер, селфи, сертификации, спикер, смартфон, таргет, топ-менеджер, холдинг, шок)
Модные слова	4 (хайп, боди-арт, смартфон, кибертерроризм).	• 15 (айфон, альтернатива, гаджет, драфт, инсталляция, мобильный, планшет, резюмировать, ролики, санкции, селлер, смартфон, тренд)
Отклонения от нормы / ее варианты (разг. и прост. слова и конструкции)	213 (киношники, молочка, дымить, вопиющий случай, вбить клин, (чтобы) неподводно было, лепить туфту, boft-автомат (макаронизм) и пр.)/не отслежено)	• 20 (алкомаркет, возня, выбил, горячительное, кинул, муки, налоговик, отмывание денег, поспание, пролетает, путаться, растрянжирили, сумбурный, тащиться)
Историзмы и архаизмы	не обнаружены	• 5 (благоусмотрение, господин, грозит, поведал, нелицеприятный)
Окказионализмы и неологизмы	2 (цветомат, линзомат).	не обнаружены

**Таблица.** Анализ лексики газет «АИФ» и «Коммерсантъ» (19–25 сентября 2018 г.)

Язык газеты «АИФ» стремится приспособиться к изменившемуся языку аудитории: если в советское время люди, читавшие эту газету, разговаривали более правильно, ориентируясь на жёсткую норму в СМИ, то сейчас уровень нормативности речи по сравнению с 1970–80-ми гг. резко снизился, что не могло не отразиться на языке газет «АИФ», «Коммерсантъ», в которых всё чаще стали встречаться разговорные и просторечные лексемы и выражения, причём это более характерно для «АИФ», а количество заимствованной лексики преобладает в газете «Коммерсантъ». На данную разницу влияет, несомненно, социальная дифференциация российского общества.

Таким образом, являясь подсистемой русского национального языка и разновидностью городской речи, просторечие представляет собой уникальный материал для разработки актуальных проблем русистики. Современная художественная литература в силу ряда причин утратила нормотворческие функции и уступила их СМИ. Но медиальные средства перестроечного и постперестроечного периода из транслятора образцовой речи превратились в органы внедрения в обиход нелитературной речи. Так произошло оттого, что при интенсификации деления общества на страты стала бурно развиваться неуправляемая, необработанная речь новых участников политической и общественной жизни.

### Литература

1. Какорина Е.В. Иноязычное слово в узусе 90-х годов (социолингвистическое исследование)//Русский язык сегодня. М., 2000. С.137–155.
2. Мельчук И. Курс общей морфологии. Слово. Т.1. Москва – Вена: Языки русской культуры, 1997. 391 с.
3. Нецименко Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития// Вопросы языкознания, 2001. №1. С. 98–132.
4. Хазагеров Г.Г. Проблемы языковой нормы в связи с понятиями «красивого», «возвышенного» и «эффективного (к типологии нормы) // Язык в прагмалингвистическом аспекте: экспрессивная стилистика, риторика. Межвузовский сборник научных трудов. Ростов-на-Дону, 2003. С. 55–65.

*Е.А. Китанина*

### STRIPPED AND BORROWED VOCABULARY AS A SUBSTANDARD PHENOMENON IN THE MEDIA

*Annotation.* The article is devoted to changing the rule-making function of the media. The author considers the language of the media as an adaptive self-organizing system, the integrity of which is determined by extralinguistic factors. The vocabulary is analyzed as the “weakest” subsystem of the language.

*Keywords:* substrate, language norm, vocabulary, language of the media, communication.

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И РИТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В СМИ

*Аннотация.* В статье исследуется рекламное обращение как особый жанровый и риторический феномен. Рекламный текст представляет собой коммуникативную единицу с особой структурно-семантической организацией. Задачами исследования является выявление композиционных, лингвистических и риторических параметров данного текста, а также исследование воздействия на массового адресата с помощью когнитивных, прагматических и риторических стратегий, тактик и приемов.

*Ключевые слова:* лингвистические, риторические, композиционные особенности рекламных текстов; речевые стратегии, тактики, приемы.

**М**ир современного человека в эпоху развития аудиовизуальных и электронных средств массовой информации представляет собой медиaprостранство, которое есть не что иное, как специфическая среда, где проходит во многом виртуальная жизнь всего общества, а также отдельных социальных групп и индивидуальных лиц. Медиaprостранство в свою очередь порождает медиафакт – «информационная ошибка или заведомо ложное сообщение, смоделированное в качестве достоверного» [6: 702], а также медиатекст, который приходит на смену традиционному журналистскому произведению. Он проявляет себя как фрагмент медиадискурса и полностью определяется им. «Связность и цельность традиционного текста стали отходить на задний план... Популярностью стали пользоваться словесно или виртуально оформленные фрагменты, куски действительности» [8: 282].

Реклама – это специфическая форма массовой (маркетинговой) коммуникации, основная цель которой не только информировать, но и убеждать адресата в необходимости того или иного товара или услуги. Каждый рекламный текст функционирует в СМИ как коммуникативная единица, имеющая определенный структурно-семантические компоненты. Кроме того, реклама чрезвычайно интересна как особый риторический феномен, поскольку «объектом риторики могут быть любые виды речевой коммуникации, которые рассматриваются с точки зрения сознательно выбираемого воздействия на адресата» [7: 360].

Работы отечественных и зарубежных лингвистов, психологов и социологов (Г.А. Копниной, Т.В. Шайхитдинова, Ю.В. Рождественского, Ван Дейка, О.С. Иссерс и др.) выявили основные уровни воздействия текстов СМИ, в том числе и рекламных: когнитивный (концепты, фреймы, модели), фатический, связанный с эмоциональным воздействием, и манипулятивно-суггестивный.

Надо отметить, что современные лингвистические учения – когнитивная лингвистика, лингвопрагматика, теория коммуникации, теория речевых актов – повлияли на традиционные риторические каноны. Если в классической риторике выделяются 5 этапов развертывания текста – инвенция, диспозиция, элокуция, запоминание, произнесение (исполнение), то в современном дискурсе СМИ изменилось и количество, и содержание этих понятий: диспозиция соотносится с коммуникативно-текстовым подходом, с речевыми актами, а элокуция из украшения превращается в средство воздействия на адресата, с целью изменить его картину мира.

Возвращаясь к жанровому разнообразию, следует отметить, что в настоящее время в рекламном дискурсе выделяются следующие типы печатных текстов: краткие рекламные обращения, объявления, листовки, афиши и более сложные тексты, такие, как «житейская история», развернутое обращение, рекламная статья.

Общий набор тем рекламного дискурса, несмотря на кажущуюся пестроту, достаточно ограничен и определяется базовыми потребностями современного человека. Так, мы выделили 9 наиболее популярных тем: 1. Здоровье. Медицина. 2. Внешность (эстетический идеал). 3. Продукты питания. 4. Марки автомобилей. 5. Мода (одежда, обувь). 6. Электроника. 7. Жилье (дома, квартиры, дачи). 8. Мебель. 9. Турбизнес. В связи с ограниченным объемом статьи мы выбрали текст из серии «Здоровье. Медицина» – темы, которая составляет занимает примерно 80 % всей рекламы, как печатной, так и аудиовизуальной.

Предмет исследования – развернутое рекламное обращение из газеты «Вестник здоровья» (октябрь, 2018). Задачи исследования: 1. Выявление композиционных, лингвистических и риторических особенностей указанного текста. 2. Установление речевых стратегий, тактик, приемов, которые используются в тексте.

Рассмотрим вначале композиционное строение текста. Он имеет небольшой объем – 367 слов. Заголовок рекламного обращения «Эликсир «Идеалекс» не только определяет предмет описания, но и содержит его эксплицитную положительную оценку, т. к. обладает прозрачной семантикой. Далее идет так называемый ввод – фраза крупным шрифтом черного цвета «*Лишний вес уйдет навсегда*». Этот топос является сильным средством убеждения. Вступление построено по принципу «вопрос – ответ»: *Что испытывают люди, глядя на толстушек и толстяков? – Двоюкие чувства: жалость, отвращение, брезгливость и даже непонимание, почему они не борются*



с лишним весом. Эти эмоциональные фразы несут сильный негативный заряд, определяющий всю тональность дальнейшего описания.

Текст распадается на 4 смысловых блока. Первый блок представляет собой развертывание темы ожирения и насыщен повторяющимися синонимичными словосочетаниями: *лишний вес, лишние ненавистные килограммы, ожирение, избыточная масса тела, избавление от жира на животе* и др. Кроме тематической экспрессивной лексики, используется гипербола *Ожирение не щадит никого – ни женщин, ни мужчин, ни молодых, ни пожилых*, метафоры *Избыточный вес отнимает не только красоту но и семейное счастье; Они обрастают комплексами*. В конце блока идет перечисление всевозможных заболеваний: диабета, гипертонии, стенокардии, артроза, варикоза, жирового гепатоза и др.

Второй блок начинается с риторического восклицания *Не позволяйте лишнему весу определять вашу жизнь!* Далее используется прием противопоставления. На смену ужасам ожирения рисуется путь достижения эстетического идеала: *чтобы стать снова стройными и привлекательными, надо довериться лучшему в мире диетологу*. После чего следует подробное описание эликсира Идеалекс, в котором перечисляются только положительные характеристики нового средства: *идеально сбалансированная композиция из жиросжигающих растительных элементов; помогает полностью стабилизировать вес, нормализует обмен веществ, подавляет чувство голода, благотворно влияет на зрение и др; процесс проходит без диет, без повышенных физических нагрузок, без стресса для организма; также помогает привести в порядок объемы талии и бедер, избавиться от жира на животе* (прием повтора). Третий блок также начинается с вопроса и нового поворота темы: *Когда ждать первых результатов?* Ответ – риторическое восклицание: *Всего через месяц! Вы будете ловить на себе восхищенные взгляды*. Далее следует призыв-метафора: *Сбросьте груз проблем!*

Четвертый блок – аргументация в форме писем людей, которые уже воспользовались чудесным средством. Это старый, но действенный прием: приведение конкретных примеров из жизни. Каждое письмо содержит фото, фамилию, имя, отчество человека, место жительства, что представляет собой прием имитации достоверных сведений. Все пишущие или их родственники сначала констатируют свое ужасное состояние здоровья, потом – полное излечение, прекрасную внешность: *талия появилась, щеки не вытирают*.

На примере данного текста можно выделить следующие механизмы воздействия:

1. Когнитивно-семантические стратегии, т.к. используются концепты «хорошо – плохо», «нормально – аномально». Читателям внушается мысль, что быть полным – это плохо, аномально, вредно для здоровья. Кроме того, выделяются такие фрагменты текста, принадлежащие к концептуальному уровню, как метафоры, гиперболы и название товара *Идеалекс*, которое имеет прозрачную семантику, ассоциируясь с эстетическим идеалом. Эф-

122 | фективным семантическим приемом является также смена темы: в первом блоке описание физиологических негативных характеристик переносится на семейные и психологические ценности. Цель этой стратегии – изменить ментальность адресата, внушить ему, что полнота – явление не только аномальное, но и неэстетичное, и неприличное.

2. В качестве вспомогательных стратегий используются прагматико-риторические стратегии, например, создание положительного имиджа товара: *идеально сбалансированная композиция эликсира, нормализация всех обменных процессов, поможет снизить вес и предотвратит эффект возврата лишних килограммов* и др. Эту же тему развивают «Письма читателей»: *Выгляжу отлично, муж осыпает комплиментами! Все в порядке, про стресс забыла; Я вам бесконечно признательна!* Также к этой группе средств воздействия можно отнести тактику дискредитации полной человеческой фигуры (*жальность, отвращение, прятать под одеждой лишние килограммы*) и тактику создания положительного имиджа худой, стройной фигуры (*снова стать стройными, привлекательными и здоровыми*). В основном используются такие риторические приемы, как восклицание – *Не позволяйте лишнему весу определять вашу жизнь!*; вопрос – *Что испытывают люди, глядя на толстушек и толстяков?*; повтор – *интенсивное сжигание жировых клеток, избавиться от жира на животе, ожирение не щадит никого*.

3. Как тропы, так и риторические фигуры, как известно, оказывают сильное психологическое влияние и могут использоваться как манипулятивные средства, что доказывают примеры из данного текста. «Речевое манипулирование связано как со скрытыми от адресата целями, так и с особой речевой организацией текста (техникой построения речи, в том числе с риторическими приемами), восприятие которого приводит к добровольному принятию адресатом решения, выгодного манипулятору» [4: 28].

4. Данный текст можно отнести к вербально-визуальному коммуникативному типу. В нем имеются невербальные элементы. Используется графический компонент: разный размер шрифтов, разные цвета – красный, черный, имеются фотографии продукта и его потребителей. Это привлекает внимание читателя. В целом с точки зрения формы текст обладает поликодовостью, т.к. используются элементы различных семиотических систем. Все это в комплексе усиливает психологическое воздействие.

5. С точки зрения авторства мы имеем коллективного создателя текста, который отражает как волю заказчика (продавца), так и вкусы определенной целевой аудитории. В данном случае эта аудитория практически безгранична, текст рассчитан на людей любого пола и всех возрастов, больных или здоровых. Если обратиться к истории, то мы увидим, что мода на худобу началась в XX веке, в эпоху ускоренной индустриализации и урбанизации. *«С 60-х гг. у женщин началась настоящая истерия по поводу веса. Подверглась сом-*

нению и незыблемая классика. «В сущности Афродита – довольно толстая женщина, я видел ее в музее», – рассуждал персонаж В. Аксенова. Теперь журналы и газеты советуют и учат, как, чем и зачем себя подстегнуть. Худая – значит годная. Жирная – стало быть, биологически ущербная, ленивая» («Завтра» № 12, март, 2018).

Таким образом, исследование рекламных текстов позволяет сделать вывод о том, что «расширяется набор вышеуказанных стратегий, ходов и приемов; появляются новые модели воздействия, наблюдается речевая агрессия, направленная на глубинные и поверхностные структуры сознания» [3: 227]. Необходимо изменить способы воздействия на аудиторию, вспомнив давно сформировавшиеся риторические каноны этики и эстетики.

### Литература

1. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М.: URSS, 2015. 320 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2002. – 288 с.
3. Клименко Г. В. Речевые стратегии и тактики в современных средствах массовой информации //Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике: Сб. материалов XXI Международной научной конференции по риторике, 1–3 февраля 2017 г. М: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. С. 220–227.
4. Копнина Г. А. Речевое манипулирование. М.: Издательство Флинта, 2012. 170 с.
5. Рождественский Ю. В. Теория риторики. М.: Добросвет, 1997. 597 с.
6. Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. редактор М. И. Панов; сост. М. И. Панов, Л.Е. Тумина. – М.: ООО «Агентство «КРПА Олимп», 2005. 960 с.
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М.: Флинта: Наука, 2006. 696 с.
8. Шайхитдинов Т. В. Эволюция коммуникативной матрицы: от произведения к медиатексту // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – С. 279–285.

**G.V. Klimenko**

### LINGUISTIC AND RHETORICAL FEATURES OF ADVERTISING TEXTS IN MASS MEDIA

*Annotation.* The article investigates one of the types of advertising texts – advertising appeal as a special genre and rhetorical phenomenon. Advertising text is a communicative unit with a special structural and semantic organization. The objectives of the study is to identify the compositional, linguistic and rhetorical parameters of the text, as well as the study of the impact on the mass destination with the help of cognitive, pragmatic and rhetorical strategies, tactics, techniques.

*Keywords:* linguistic, rhetorical, compositional features of the advertising texts, speech strategies, tactics, techniques.

## **ОСОБЕННОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ РИТОРИКИ, КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ И ПОВЕДЕНИЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*Аннотация.* Статья посвящена анализу влияния технического прогресса, цифрового развития, использования цифровых технологий на риторiku, деловое общение и поведение в настоящее время и ближайшем будущем. В ней отмечается, что первые десятилетия XXI века отличаются резким скачком в техническом развитии общества, расширяющим его познавательные возможности. Эта эпоха характеризуется также появлением и развитием новых форм общения, использованием цифровой риторики, что вносит коррективы в поведение людей. Особое внимание уделяется проблемам, возникающим в обществе в связи с цифровым развитием и использованием сетевых информационных технологий. Даются прогнозы ожидаемым изменениям в риторике, культуре делового общения, тенденциях современного образования.

*Ключевые слова:* цифровое развитие, информационные технологии, новые формы общения; изменения в экономической, социальной, психологической, культурной и языковой сферах жизни общества; виртуальный, реальный и гибридный миры; цифровая риторика, визуальная риторика, корректировка риторических составляющих, клиповое мышление; изменение форм деловых контактов.

Наукой и практикой доказано, что соблюдение правил риторики и культуры общения является необходимым условием принятия более взвешенного и разумного решения с целью осуществления эффективных действий для достижения цели. Известно, что формы общения (и одна из его составляющих – речь) развиваются вместе с обществом, они должны быть ориентированы на будущее. А будущее человечества (социума) в определенной степени зависит от технического прогресса.

Исследователи, изучающие проблемы социально-экономического развития общества, давно пришли к выводу, что движущей силой такого развития является технологический и информационный уровень всех сторон деятельности. Кроме того, каждый период развития неизменно сопровождается более или менее существенными изменениями в языке, терминологии, речи и культуре

общения в системе человек – человек, человек – машина, человек – формы передачи информации. Доказано, что перед наступлением каждого периода развития, обусловленного крупнейшими открытиями, внедрением новаций и значительными изменениями в технике, технологии, информатике, электронике (особенно в первые годы), происходят изменения в экономической и связанной с ней социальной, психологической, культурной и языковой сферами жизни общества.

В связи с этим интересно проследить особенности изменений в риторике, культуре делового общения и поведения, происходящих на наших глазах, а также динамику их развития. Можно с известной степенью точности утверждать, что перспективное будущее – это широкое применение во всех сферах жизни общества электронных систем и роботов, переход на цифровую экономику, появление криптовалюты, использование цифровых информационно-коммуникационных технологий, направленных на реализацию индивидуальных потребностей человека в условиях виртуально-реального (гибридного) мира. С появлением Интернета в реальном мире начал формироваться новый виртуальный мир, составляющими которого являются форумы, онлайн-события, компьютерные игры, социальные сети и т. д. Реальный и виртуальный миры образуют новый гибридный мир. И в скором времени мы не сможем разделить эти миры. Так, наш мобильный телефон хранит множество данных реального мира: номера телефонов, пароли, другую информацию. Электронным устройствам мы даже передаем часть функций нашей памяти, без них мы оказываемся почти недееспособными.

Очевидно, что в новом гибридном мире будут работать другие законы и правила, отличающиеся от привычных нам, в том числе и другая риторика. Одним из новых понятий, возникших в процессе использования цифровых технологий, является понятие «цифровая риторика».

Цифровая риторика в настоящее время определяется как развивающаяся форма общения, созданная и распространяемая через мультимедиа, как искусство информирования, убеждения и побуждения к действию аудитории через СМИ. Коренной основой цифровой риторики является классическая риторика. Но известные основы риторики перестроились с позиции новых текстовых форм, таких, как базы данных, гипертекст, кибертекст. Так, изобретение (создание и формирование), расположение и стиль текста (речи) принимают новые значения, а передача информации (поскольку она осуществляется почти мгновенно, на любую аудиторию и на любые расстояния) становится более важной. Запоминание (память) используется в основном для удержания текстовых форм, поисковых систем, архивов и т.п. Цифровая риторика объединяет такие методы, как убеждение, эффективное письмо и эффективный разговор, чтобы представить информацию изобретательными способами (более кратко, образами, наглядными символами и т. п.).

В социальных медиа люди вступают в контакт с цифровой риторикой ежедневно (обновленный Facebook status, использование визуальной риторики на веб-сайтах, таких как Instagram). Цифровая риторика позволяет сделать технологию управления электронными процессами более доступной, чтобы соответствовать использованию людьми Интернета и компьютеров, что создает технологическую культуру общения. С ее помощью строятся более четкие, жесткие риторические фразы, требующие конкретного ответа (запись к врачу, передача показаний приборов учета, размещение информации через личные кабинеты, общение с голосовыми роботами на многоканальных телефонах). Все это требует отработки конкретных и прямых формулировок, стандартных фраз, поскольку какие-то дополнительные объяснения и эмоциональные приемы («пожалуйста», «очень прошу», «не понял, повторите» и т. д.) здесь не действуют. При подготовке таких форм общения нужны несколько другие риторика, профессионализм, знание психологии и реакции партнера, нужна тщательная предварительная подготовка. А использование изобразительных образов (визуальная риторика) для передачи идеи может быть настолько абстрактно, что традиционное информирование через слово не будет достаточным. Изображение же позволяет смешивать абстрактные и реальные мысли. Самые простейшие из них – смайлики, которые мы посылаем по разным видам электронного общения.

Цифровая риторика использует мультимодальность – это сочетание письменного текста, изображения, аудио- или видео-, которое дает более конкретное и объемное представление, чем просто написанный текст. С помощью цифровых технологий и цифровой риторики возможен открытый доступ к информации через Интернет. Безграничный круг пользователей может изучать и использовать научные, художественные и другие публикации. Специалисты различных областей деятельности могут создавать и редактировать проекты одновременно, через Интернет; используя новые формы общения, они имеют возможность плодотворного сотрудничества.

Но очевидно, что новые значимые технологии несут в себе как блага, так и риски экономической, социальной и личностной деградации. Это, к примеру, появление новых профессий и высвобождение работников, занятых «старыми» профессиями; это переделы рынков, часто сопровождающиеся протестами против технологических новаций, изменениями производственных и деловых отношений, форм общения.

В настоящее время в связи с цифровым развитием и использованием сетевых информационных технологий в обществе появляются следующие проблемы.

1. Проблема «лишних людей» работников, теряющих свои профессии.
2. Снижение способности к критическому анализу, поскольку образуется устойчивая вера в так называемого «старшего брата» поисковика в Интер-

нете; появление клипового сознания, клипового мышления, транс-постоянного Интернет-серфинга. Массовое поведение и стиль мышления нового поколения, «рожденного в сетях», сильно деформируются.

3. Режим клипового мышления (создание образов через короткие сообщения и картинки) при многоканальном усвоении информации (одновременное прослушивание плейера, собеседника, написание СМС и чтение новостной ленты) образует поверхностное понимание, при этом не успевают сформироваться эмоции. Все это может привести к деградации мыслительной деятельности.

4. Остро возникает проблема компенсирования поверхностного восприятия информации через обучение проверки ее подлинности, через накопление опыта культуры общения. Тогда люди, обладающие клиповым мышлением, смогут воспринимать информацию значительно интенсивнее, более концентрированно.

5. Возникает протест общественности, связанный с возможностью слежки за человеком через системы Интернета, поскольку частная информация может быть доступна совершенно посторонним лицам без ведома самого владельца.

6. У многих представителей действующего поколения наблюдается тенденция утери навыков социализации и живого общения.

7. Особое значение приобретает репутация. Она как никогда становится уязвимой и еще более ценной. Теперь практически невозможно солгать или что-либо скрыть, поскольку любой факт легко проверяется в условиях полной информационной прозрачности (данные Интернета, отзывы, мнения и т.д.). Таким образом, составляющие репутации: манера поведения, риторика, культура общения и деловые качества – становятся визитной карточкой субъекта и одной из основ на пути к достижению его целей.

8. В связи с ускоряющимися (почти мгновенными) изменениями в технической, экономической и социальной сферах деятельности от людей все больше требуется адекватная реакция, эффективные конкретные решения и владение методами прогноза.

Можно с определенной степенью точности утверждать, что ближайшие десятилетия будут характеризовать следующие основные изменения в риторике, культуре делового общения, тенденциях современного образования и поведения как отдельных личностей, так и коллективов.

- Меняются модели и системы обучения на всех уровнях, и особенно в высшей школе. Смещаются акценты при подготовке специалистов различных профилей. Увеличивается доля индивидуального и онлайн-образования. Сегодня требуется не столько давать информацию по общим профессиональным направлениям, сколько учить адаптации и контрольным навыкам, принятию решений в условиях неопределенности (нестандартных жизненных ситуациях), обучать поиску информации, ее систематизации и проверке достоверности.



- Резко увеличивается доля самообразования в условиях тотального доступа к информационным сетям и образовательным курсам.
- Наблюдается появление в языке (речи) значительного количества новых слов, фраз, терминов, сленга, символов (логотип, сайт, файл, гаджет, клиповое мышление, мультимедиа и др.), не понятных прошлым поколениям. Приобретают новый смысл старые слова («голубой», «ботаник», «мышь», «курсор» и др.).
- Происходит дальнейшее и еще более широкое проникновение разных языков в речь и общение.
- В деловом общении ужесточаются требования к построению фраз в соответствии с целью общения и уровнем информации (документ, беседа, кастинг, передача принятого решения в электронном виде). Возникают требования четкости и сжатости информации, особенно при общении с автоматами (телефонными роботами), требования «не расплываться по тексту», проявлять минимум эмоций. Для этого нужна хорошая подготовка таких диалогов и программ.
- В течение ближайших лет произойдет существенное снижение трудозатрат на рутинную офисную работу. Будет предельно автоматизирована основная часть документооборота и многие виды работ, связанные с получением, переработкой и передачей информации. В результате значительно повысится качество информации, скорость ее обработки, минимизируется влияние человеческого фактора (ошибка, некомпетентность, невнимательность и т.д.) по пути ее движения. Это потребует изменения форм, структуры и корректировки риторической составляющей информации при ее использовании в реальном мире.
- В результате цифрового развития огромное количество людей выйдет из сферы занятости (медрегистраторы, водители, работники учета, диспетчеры, переводчики, бухгалтеры и т.п.). Перед обществом остро встанет проблема занятости высвободившихся людей.
- Цифровое поколение нуждается в психологическом сопровождении, овладении знаниями в сфере коммуникации и в риторическом наставничестве. Руководителям, специалистам и исполнителям необходимо знать методы и приемы коммуникативного общения, постоянно предлагать способы преодоления коммуникативных неудач.
- При жестко формализованном общении снижаются психологическое и эмоциональное влияние личности и на личность, что имеет свои плюсы и минусы.
- При появившейся возможности управлять «без расстояний», при установлении дистанционных визуальных контактов (скайп) расширяются границы деятельности любой фирмы.
- Следует четко понимать, что никакие цифровые технологии и автоматизация переработки и передачи информации с применением цифровой риторики



не отменяют в обозримом будущем основных законов традиционной экономики, законов и правил риторики, культуры и психологии живого общения реального мира. Они только дополняют, совершенствуют и модернизируют формы такого общения и поведения людей, приспособлявая их к новому, сложному гибриднему миру.

### **Литература**

1. Аннушкин В.И. Филология – словесность – риторика – культура речи: к уточнению терминов и содержания данных наук // Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике: Сборник материалов XXI Международной научной конференции по риторике, 1–3 февраля 2017 г. / Отв. ред.: В.И. Аннушкин. М., 2017. С. 15–23.
2. Введение в «цифровую» экономику / А. В. Кешелав [и др.]; под общ. ред. А. В. Кешелав; гл. «цифр.» конс. И. А. Зименко. ВНИИГеосистем, 2017. (На пороге «цифрового будущего». Книга первая).
3. Обухова Г.С., Климова Г.Л. Риторика и культура делового общения как элемент успеха в условиях XXI века. Овладение необходимыми коммуникативными умениями при работе с людьми (практические рекомендации). М.: Неолит, 2019.

*G.L. Klimova*

### **FEATURES OF CHANGE RHETORIC, CULTURE OF COMMUNICATION AND BEHAVIOR IN THE DIGITAL AGE**

*Annotation.* The article analyzes the impact of technological progress, digital development and the use of digital technologies on rhetoric, business communication and behavior in the present and near future. It notes that the first decades of the XXI century are characterized by a sharp jump in the technical development of society, expanding its cognitive capabilities. This era is also characterized by the emergence and development of new forms of communication, the use of digital rhetoric, which makes adjustments to people's behavior. Particular attention is paid to the problems that appear in society in connection with the digital development and use of network information technologies, as well as the main expected changes in the rhetoric, culture of business communication, modern education trends.

*Keywords:* Digital development, information technology, new forms of communication; changes in the economic, social, psychological, cultural and linguistic spheres of society; virtual, real and hybrid worlds; digital rhetoric, visual rhetoric, correction of rhetorical components, clip thinking; changing forms of business contacts.

## ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РИТОРИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ИНФОРМАЦИОННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Аннотация.* Статья посвящена анализу риторических средств, используемых для презентации новостей в мобильных приложениях. Являясь элементом информационного дискурса, краткие по форме новостные сообщения нередко озаглавлены риторически значимыми способами репрезентации нового события. Дискурс-анализ ежедневного новостного контента показал частотность фактов, свидетельствующих о риторизации новостного текста, которую следует признать одной из ведущих прагматических стратегий подачи информации в мобильных агрегаторах. На основе анализа хедлайнов новостных заметок мобильного приложения MSN Новости автор приходит к выводу о прагматических целях адресанта. Ими выступают осознанная интенция создания эмотивного контекста восприятия новости за счет дискурсивных единиц, вызывающих коммуникативный эффект, и навязывание оценки факта.

*Ключевые слова:* информационный медиадискурс; новостное мобильное приложение; прагматика; риторические средства; прагмаэстетическая стратегия.

Целью статьи является выявление особенностей вербальной репрезентации новостного события в современном медиатексте и их рассмотрение в прагматическом аспекте.

Дискурсивный анализ информационного контента мобильного приложения MSN Новости<sup>1</sup> убеждает в том, что XXI век входит в историю развития русского языка как эпоха утраты ведущей позиции стандартизированных речевых средств даже в сфере официальных новостных сообщений СМИ. Наряду со стабильными нейтральными средствами, которые, видимо, в силу их привычности, невыразительности, неэффективности не всегда устраивают автора речи, порождаются инновационные. В лингвистике новостной медиатекст, в основном, исследуется с методологических позиций медиастилистики; так, при анализе важнейшего сетевого жанра – информационной заметки – отмечается, что «современная новость прошла сложный путь эволюции и отклонилась от своей прототипической модели» [1: 123]. Сейчас это заголовок-анонс, который

<sup>1</sup> URL: <https://www.msn.com/ru-ru/news/russia>

строится по модели двусоставного предложения. Однако следует отметить, что данная типизированная конструкция, оставаясь устойчивой жанровой формой, нередко «разбавляется» другими – риторически организованными способами сообщения о факте, что объясняется прагматическими факторами.

Ключевой прагматической целью адресанта как «пишущего» субъекта-носителя языка является выбор таких вербальных средств передачи новой информации, которые способны вызвать мгновенную реакцию читателя. Такой (запланированной) реакцией должно стать решение адресата ознакомиться с полным текстом, в котором излагается новость, и перейти по гиперссылке к развернутому сообщению.

Следует подчеркнуть, что современные эффективные способы информирования массовой аудитории отличает нацеленность на сокращение дистанции между адресантом и адресатом в массмедиа. Сегодня схема медиакommunikации, как нам представляется, выглядит таким образом: новое событие – автор/посредник – интернет – мобильное устройство – медиатекст – читатель.

Основной коммуникативной стратегией медиадискурса является воздействие на картину мира адресата: как справедливо отмечают ученые, «воздействии СМИ состоит не только и не столько в передаче некоей эмоционально-понятийной информации, а в целенаправленном внедрении определенного образа мира в сознание потребителя СМИ» [4: 187]. Прагматической задачей посредника становится создание своеобразных речевых опор, на которых вербальные связи становятся более тесными: важно «приблизить» объект воздействия (читателя) к личности адресанта речи с ее системой взглядов на мир и оценок происходящего. Риторически организованный заголовок-анонс становится средством сокращения дистанции между ними.

С учетом принципа важнейшей прагматической цели медийного дискурса – речевого воздействия, важно так вербализовать факт, чтобы у читателя в момент чтения заголовка создавался определенный ментальный образ ситуации. Именно такой сформированный в ходе первичного знакомства с новостью в кратком заголовочном сообщении образ вызывает определенное отношение (оценку) у читателя в ходе смысловой интерпретации сообщаемого факта. Эффективность коммуникации оказывается в зависимости от степени индивидуальности вербальных средств передачи информации о новом событии, сигнализирующих о его личностном восприятии автором медиасообщения. Обращение к риторически организованным средствам оформления заголовка в дискурсе становится оптимальным способом передачи и новости, и ее оценки одновременно.

С нашей точки зрения, риторизованные способы репрезентации новостного (информационного) повода в медиасообщениях, передаваемых в мобильных приложениях, опираются на специфические механизмы креативного речепо-рождения. С одной стороны, риторические средства выступают результатом

132 | особой – прагмаэстетической – интерпретации объекта реальности субъектом дискурса. Под прагмаэстетической интерпретацией информационного повода в медиадискурсе нами понимается процесс и результат авторского поиска такого языкового способа репрезентации объекта (события реальной жизни), который позволяет представить этот факт наиболее ярко и ясно, с помощью нестандартных средств языка. С другой стороны, воздействие на адресата и результат восприятия им сообщения осуществляется посредством манипулятивной технологии. Такую технологию (-и) в теории массовой коммуникации определяют как «систему (совокупность) принципов и методов, последовательное и взаимосвязанное применение которых позволяет добиться целенаправленно спланированных реакций и поведения индивидов, социальных групп, организаций» [3: 27]. Одним из методов процесса достижения цели в СМИ можно считать риторизацию, которая получает неоднозначные оценки в лингвистических исследованиях. Так, например, высказывается мнение, что в современном медиатексте риторический критерий эффективности заменяет критерий правильности [2]. Данное явление нельзя игнорировать: в фактах отклонения от семантической нормы, требующей отражения адекватных смысловых связей между названиями объекта реальности и знаком, обнаруживаются «продукты» манипулятивных технологий, таких как, например, навязывание оценки.

Прагматическими условиями результативности процесса риторизации новостного сообщения в медиадискурсе выступают следующие. На уровне языковой личности создателя сообщения (эту сферу именуют стилистикой адресанта) новое событие уже на этапе презентации новости выступает результатом интерпретации факта, причем посредством не прямой, объективной передачи смысла, а креативно преобразованными – прагмастилистическими – средствами. На уровне адресата (реципиента медиасообщения) происходит не только декодирование знака, но и оценивание его формы (стандартная / нестандартная). Кроме того, немаловажно осознание нарочитого отклонения от семантической нормы. Если условия игры не принимаются, заголовок расценивается как бессмысленный или непонятный.

Как показывает анализ новостных сообщений в рубрике «Картина дня» мобильного приложения MSN Новости, в ряде СМИ (особенно в презентации событий изданием «Коммерсантъ»<sup>2</sup>), одной из популярных прагматических стратегий в речевой коммуникации следует признать игровую стратегию. Данная стратегия реализуется различными риторическими средствами, с помощью которых достигается коммуникативный эффект. По нашим данным, наиболее частотный способ достижения эффекта – замена лексического компонента в исходном логически правильном выражении мысли, приводящая к появлению такой формулировки, которая вызывает желание узнать «разгадку» столь необычного высказывания, перейдя к полному варианту текста медиасообщения.

<sup>2</sup> В статье рассмотрены новостные сообщения за ноябрь 2018 года.

По степени нарастания семантической напряженности сознания читателя при декодировании смысла заголовка в риторизованной форме вызываемый эффект можно представить в следующем порядке:

– эффект интертекстуальности, при котором происходит процесс узнавания и разрешения семантического конфликта, возникающего из-за несовпадения известного факта речи и его трансформированного варианта, например: Голль на выдумки хитер; Хочется рвать и мечтать; Далеко едущие планы НАТО; Закупка резидента; Автоконцерны покорили СПИК (покорить пик / СПИК – специвестконтракты);

– эффект неожиданности, или нарушенного ожидания: Закон без творчества (законотворчество); Нарушения проб человека (прав); Бедный, но не бледный;

– эффект парадоксальности, основанный на противопоставлении значений необычно соединяемых слов: Животных защитят решеткой; Трансферной системе вынесли договор. Такие заголовки характеризуются подчеркнуто алогичными связями и пресуппозиционной несочетаемостью. Соединение лексем с точки зрения здравого смысла семантически недопустимо;

– эффект абсурдности выражения смысла, в этом случае читателю трудно найти адекватные смысловые координаты при декодировании сообщения: Регионам некуда вешать замки (о проблеме межрегиональных границ); Расстрелу вышел срок.

Приведенные примеры объединяет непрозрачность выражаемого смысла, конфликт значений соседних слов, которые не соединяются в смысловой целое, соответствующее нормальному положению вещей и рациональной логике. Они говорят о том, что адресант в медиадискурсе – автор заголовка – выражается таким образом, чтобы удивить читателя нереальностью, фантастичностью презентуемого факта: читатель захочет найти разгадку смысла столь непривычных выражений, узнать «правду» в полной версии презентации события. Во всех перечисленных случаях эксплицируется негативная оценка факта (неодобрение).

Итак, репрезентация новостного события в современном медиадискурсе нацелена на достижение прагматических целей: 1) воздействуя на рациональную сферу читателя, ошеломить алогичными связями соединяемых в заголовке слов, вызвать интерес к тому, что стоит за ключевым (наиболее неподходящим и не вписывающимся в контекст) словом; 2) воздействуя на эмоциональную сферу, удивить странным характером происходящих в мире событий.

При этом типичная цель информационного дискурса – обеспечить понимание смысла происходящего – не доминирует, так как интерпретация смысла заголовка при риторизованном способе его организации становится возможной только на основе знакомства с целым текстом, к которому должна отослать адресата краткая строка новости, передаваемой через мобильное устройство. При этом заголовок не задает когнитивные координаты опреде-

134 | лленной интерпретационной плоскости (скорее разрушает их в игре), в которой легко и быстро могла бы быть осмыслена формулировка, но, главным образом, формирует оценочное поле.

Итак, на уровне прагматики адресанта речи в новостном медиадискурсе фиксируются следующие прагматические цели: 1) осознанная интенция создания эмотивного контекста восприятия новости за счет дискурсивных единиц, вызывающих коммуникативный эффект неожиданности, абсурда, и 2) навязывание оценки.

Рассмотрение риторических механизмов лингвокреативного смыслопорождения в новостном медиатексте позволяет сделать выводы о тенденциях совмещения признаков информационной и убеждающей речи, перевода восприятия смысла из сферы логоса в сферу этоса и создания рамок оценочной плоскости.

### Литература

1. Клушина Н.И., Иванова М.В. Трансформация медийных жанров в коммуникативном пространстве Интернета // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. 2017. № 3 (88). С. 121–129.
2. Куликова Э.Г. Языковая и риторическая норма в современной коммуникативной ситуации // Динамика языковых и культурных процессов в современной России [Электронный ресурс]. Вып. 5. Материалы V Конгресса РОПРЯЛ (г. Казань, 4–8 октября 2016 года). СПб.: РОПРЯЛ, 2016. С. 330–334. URL: <https://istina.msu.ru/media/publications/article/d15/efd/30140753/5ROPRYAL.pdf>
3. Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. Екатеринбург, 2011.
4. Пищальникова В.А. Медиатекст как компонент дискурса СМИ: сущность и функционирование // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3 (20). С. 184–187.

*O.I. Kolesnikova*

### PRAGMATIC ASPECT USE OF RHETORIC FACILITIES IN INFORMATION MEDIA DISCOURSE

*Annotation.* The article is devoted to the analysis of rhetorical means used for the presentation of news in mobile applications. Being an element of information discourse, news reports that are brief in form are often entitled with rhetorically significant means of representing a new event. Discourse analysis of daily news content showed the frequency of facts indicating the rhetorization of the news text, which should be recognized as one of the leading pragmatic strategies for presenting information in mobile aggregators. Based on the analysis of the headlines of the news notes of the MSN News mobile application, the author concludes that the addressee has the pragmatic goals. They are the deliberate intention of creating an emotional context for the perception of news at the expense of discursive units that cause a communicative effect, and the imposition of evaluation.

*Keywords:* information media discourse, news mobile application, pragmatics, rhetorical means, pragmaesthetic strategy.

## РИТОРИКА РОССИЙСКИХ МЕДИА, ОСВЕЩАЮЩИХ ВЗГЛЯД РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ НА ВОПРОСЫ МАТЕРИНСТВА

*Аннотация.* Статья посвящена выявлению и анализу риторических особенностей дискурса материнства, представленного в медиатекстах, отражающих позицию Русской Православной Церкви по наиболее полемическим вопросам материнства и детства, актуальных для современного российского общества. В статье российский медиадискурс материнства рассматривается как набор тематических кластеров, сгруппированных вокруг ключевых, смыслообразующих концептов, таких как «мать», «женщина» и «ребенок».

*Ключевые слова:* риторика, медиатекст, дискурс материнства, концепт, медиалингвистика.

**П**онятие медиа заняло прочные позиции в современном социокультурном пространстве. Можно говорить о том, что современная культура и общественные отношения становятся все более зависимыми от их «медийного отражения». Любые медиа, но в первую очередь, средства массовой информации (СМИ), сегодня представляют собой особую среду, оказывающую весьма существенное влияние на формирование картины мира как конкретного индивида, так и общества в целом. С высокой степенью уверенности можно утверждать, что исследование современного общества и его отдельных проявлений и сфер функционирования (типов социальных отношений), осмысление современных социальных процессов и явлений невозможно без исследования феномена медиа как уже практически неотъемлемой части человеческой культуры.

Само понятие медиа пришло в отечественную науку из англоязычных текстов, в которых являлось сокращением от “media of communications” или “media of mass-communications” («средства коммуникации» и «средства массовой коммуникации», соответственно). Интерес к лингвистическим основам медиа получил свое воплощение в отдельной науке – медиалингвистике, предметом которой как раз является «изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [2: 34]. В одном из ключевых терминов медиалингвистики – понятии медиатекст – медиа является маркером, указыва-



136 | ющим на особую природу текста – текста медийного, созданного в медийном информационном пространстве [5, 6]. Медiateкст выступает как основная единица исследования медиадискурса, определяемого учеными как «вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» [3: 113].

Объектом настоящего исследования является медиадискурс материнства, а также особенности его языковой объективации в современных российских общественно-политических СМИ. В рамках представляемой статьи описан анализ текстов современных российских медиа, освещающих взгляд Русской Православной Церкви на вопросы материнства.

Феномен материнства (как для каждого человека, так и для общества в целом) имеет экзистенциальную значимость. Материнство самым тесным образом связано с такими ключевыми константами культуры, как жизнь, природа, человек. Феномен «материнство» одновременно является биологическим и социальным. Как феномен, имеющий биологическую основу, материнство рассматривается в таких семантических пространствах, которые образуются взаимосвязью понятий «мать, ребенок, деторождение, женщина, природа», социальная основа материнства раскрывается в понятиях «мать, ребенок, женщина», к которым добавляются понятия «воспитание, ответственность, семья (как единица социального порядка)». Помимо указанных социальной и биологической составляющих феномена материнства необходимо также указать культурную, которая выражается, в первую очередь, в его ценностных характеристиках и символическом наполнении. Таким образом, материнство – сложный, аксиологически отмеченный феномен, тесно связанный с духовно-нравственными основами жизни человека. Исследование медиадискурса материнства позволяет проследить современные тенденции в отношении российского общества к таким основополагающим общечеловеческим ценностям, как родительство и семья. Как справедливо замечают исследователи, «институт родительства и семьи всегда являлся социальной основой любого государства, ... выполнял важнейшую функцию воспитания подрастающего поколения, передачу традиций из поколения в поколение» [1] и сегодня именно институт родительства и семьи занимает ключевую позицию в процессе социализации личности.

В современном российском социуме актуализируются вопросы, связанные с изменениями, произошедшими в постсоветское время от начала Перестройки до настоящего времени и указывающими на поиски новых национально-культурных, социально-экономических, политических и, главное, духовно-нравственных ориентиров. Описанное в настоящей статье исследование направлено на выявление и анализ риторических особенностей дискурса материнства, представленного в медиатекстах, отражающих



позицию Русской Православной Церкви по наиболее полемическим вопросам материнства и детства.

Выборка медиатекстов производилась из материалов, опубликованных в период с 2008 по 2018 год на российском интернет-портале «Вести.ру», официального сайта крупнейшего новостного агентства, входящего в состав ВГТРК («Всероссийской государственной телерадиокомпании»).

Были рассмотрены те статьи, в которых присутствовала лексическая единица «материнство».

Для анализа было отобрано 10 статей, объединенных общим компонентом – Русская Православная Церковь. Отдельного внимания заслуживает то, что большинство статей, отобранных в контексте тематической группы «Взгляд РПЦ на материнство», представляют собой своего рода сообщения о работе «Патриаршей комиссии по вопросам семьи, защиты материнства и детства». В статье под заголовком «РПЦ предлагает лишать лицензии врачей, предлагающих аборт» приводятся слова главы синодального Отдела внешних церковных связей митрополита Волоколамского Илариона: «...Сегодня материнство и детство нуждаются в защите...» – а из содержания статьи становится понятно, что одной из существенных угроз материнству и детству является не только разрешение на проведение абортов, но и ужасающее отношение некоторых врачей к этой процедуре, как к чему-то несерьезному и обыкновенному. Таким образом, дискурс материнства в рассматриваемом контексте может быть представлен через наличие проблемных, порой остро-полемических вопросов, которые требуют сегодня повышенного внимания.

Обозначим наиболее частотные вопросы (или подтемы): «запрет абортов», «суррогатное материнство», «воспитание детей», «роль церкви в поддержке материнства и детства». Две первые темы являются наиболее частотными и вместе с тем полемическими. При этом у православной церкви есть свое однозначное мнение в отношении абортов и суррогатного материнства – «это недопустимо»: «...суррогатное материнство» указывает на искажение высокого понимания материнского долга и призвания», «заговор врачей против материнства и детства (предложение врачом сделать аборт, прим. авторов)», «суррогатное материнство рушит ценность брака и семьи», «подобная репродуктивная технология является нравственно предосудительной».

Преимущественно дискурс материнства может быть рассмотрен как набор тематических кластеров, сгруппированных вокруг ключевых, смыслообразующих концептов, таких как «мать», «женщина» и «ребенок».

Актуализация указанных, ключевых концептов в рассматриваемых статьях происходит в следующих понятийных полях: «традиционные семейные и нравственные ценности», «защита материнства и детства», «суррогатное материнство».

Лексема «мать» оказалась употребленной в текстах только в словосочетании «суррогатная мать», а также единожды (также в контексте суррогат-

138 ного материнства) во фразе «оторвать ребенка от матери», в большинстве случаев концепт «мать» объективируется через лексику «женщина», тем самым, происходит слияние ключевых концептов «мать» и «женщина» в один («беременная женщина», «достоинство женщины», «ребенок вынашивается посторонней женщиной», «использовать женщину как инкубатор»)[4].

Также в статьях актуализируются концепты «семья», «родители», «ребенок» («семья с детьми», «добросовестные родители», «семейные ценности», «любящие родители», «будущее российской семьи», «семейный и нравственный климат», «многодетная семья», «ценность брака и семьи», «ребенок — это благодать от Всевышнего», «сознательный личный выбор ребенка», «крестить дитя», «крещение младенца»).

Дискурс материнства в рассматриваемой тематической группе отличается наличием особой религиозной лексики, гармонично включенной в понятийные поля, указанные выше. Так, традиционные семейные и нравственные ценности определяются в контексте «духовно-нравственных ценностей авраамических религий», суррогатное материнство рассматривается как «деяние, которое исключено для православного христианина», «крещение младенца, появившегося на свет в результате технологии суррогатного материнства, будет совершаться только после покаяния родителей», «благословляется крещение младенцев», «согласно канонам Церкви можно крестить детей только верующих родителей, людей воцерковленных».

Подробный анализ статей, освещающих взгляд РПЦ на вопросы материнства, позволяет установить существующую взаимосвязь между ключевыми концептами, реализуемыми в рассматриваемых текстах, и выделенными подтемами. В этой взаимосвязи обнаруживается наиболее актуальная для настоящего исследования, ценностная составляющая концептов.

В подтеме «Запрет абортов» актуализируются концепты «мать» и «ребенок», аборт строго осуждается и признается «легальным убийством детей до рождения». Концепт «мать» репрезентуется в словосочетаниях «беременная женщина», «беременная девушка» (= «будущая мать»), это женщина, которой нужна защита и поддержка, в том числе от «врачей, которые подталкивают... к прерыванию беременности». Концепт «ребенок» представлен в следующих выражениях – «благодать от Всевышнего», «дар».

В подтеме «Суррогатное материнство» равно репрезентуются все выявленные ключевые концепты. «Суррогатное материнство» предстает «искажающим высокое понимание материнского долга и призвания», «разрушительным для ценности брака и семьи», является «унижением человеческого достоинства женщины». В дискурсе происходит парадокс в рассмотрении понятия «суррогатная мать», вызванный самой парадоксальностью технологии суррогатного материнства: является ли «суррогатная мать» «матерью ребенка»: «суррогатное материнство (когда дети вынашиваются посторонней

женщиной) исключено для православного христианина», с одной стороны, и «он (Филипп Киркоров, прим. авторов) использовал женщину как инкубатор, оторвал ребенка от матери, которая его выносила», с другой. В данной подтеме концепт «мать» также актуализируется как женщина, которой необходима защита, это женщина, которая оказывается «использованной», чье «человеческое достоинство унижается».

Также в данной подтеме раскрывается ценностный потенциал концепта «родители»: в противопоставлении оказываются «верующие родители, воцерковленные люди» (для которых суррогатное материнство недопустимо) и «родители, которые должны принести покаяние» (те, которые считают суррогатное материнство нормой, и, не видя ничего предосудительного в этой технологии, проводят ее). В данной подтеме заходит речь о важности ответственности родителей, которые, позволяя себе воспользоваться технологией суррогатного материнства, лишают своего ребенка возможности быть крещеным в православной церкви (если не будут соблюдены определенные условия: принесение покаяния «воспитывающими его (ребенка) лицами, если таковыми являются либо его (ребенка) биологические родители, либо суррогатная мать»).

Концепт «ребенок» репрезентуется в следующих словосочетаниях – «ребенок, рожденный при помощи суррогатного материнства», «младенец, рожденный суррогатной матерью». Можно говорить о том, что в данной подтеме «ребенок» оказывается в незащищенном положении: «ребенок, рожденный при помощи суррогатного материнства не несет ответственность за поведение своих родителей», с одной стороны, но в то же время не может быть крещен, как обычные дети, с другой. И снова обнаруживается парадоксальная ситуация, которая, действительно, не может иметь однозначного решения. Ведь родители, решившиеся на технологию суррогатного материнства, в то же время являются крещеными православными людьми, то есть «детьми (или чадами) Церкви», а потому фактически в отказе Церкви крестить детей нераскаявшихся в содеянном родителей видится некоторое назидание, некий элемент воспитания самих родителей, возможность повлиять на них, исправить.

Рассмотренные подтемы и актуализируемые в них концепты позволяют сделать вывод, что риторика дискурса материнства в медиатекстах, отражающих взгляд РПЦ на вопросы материнства, имеет ряд особенностей, наиболее яркими из которых являются следующие:

- во многом бескомпромиссная и однозначная позиция РПЦ по самым острополемическим вопросам всегда подчеркнута аргументирована;
- в текстах прослеживается четкое разделение адресатов на «воцерковленных» и «людей, далеких от Церкви», в связи с чем риторика часто приобретает разьясняющий или назидательный характер, что определяет выбор

140 | средств языковой выразительности, особой тональности и экспрессивности  
стиля речи [7];

– в медиатекстах выражена установка на полемический диалог, который ведет РПЦ с целью привлечения внимания к современным проблемам материнства, для утверждения преваляирования ценностных ориентиров над прагматической направленностью современного общества.

### Литература

1. Гордиенко И.В., Давитян М.Г. Проблема отцовства и материнства как феномен родительства в современной России: социально-педагогический аспект // Культурная жизнь Юга России. 2014. №3.

2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. М.: Наука, 2008. 264 с.

3. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с. С. 113.

4. Кувычко А. А., Чафонова А. Г., Богуславская В.В. Концептосфера медиадискурса материнства в российских и датских печатных СМИ // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 4. – С. 135–145. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.12>

5. Лингвокультурологическое моделирование медиатекста: монография / И.В. Ерофеева, В.В. Богуславская, А.Н. Тепляшина, Ю.В. Толстокулакова; [отв.ред. И.В. Ерофеева]; Забайкал. гос. ун-т. – Чита: ЗабГУ, 2017. – 202 с.

6. Моделирование медиатекста [Электронный ресурс]: монография / В.В. Богуславская [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 173 с. — 978-5-4486-0583-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79972.html>

7. Хазагерров Т.Г., Ширина Л.С., Богуславская В.В., Ширина Е.В. Стилистика и риторика в схемах, таблицах, иллюстрациях. Ч. 1. Экспрессивные средства языка. Ростов н/Д: Изд-во Ростовского унта, 1998. – 24 с.

*А.А. Кувычко*

### **RHETORIC of RUSSIAN MASS-MEDIA REFLECTED the RUSSIAN ORTHODOX CHURCH's APPROACH to ISSUES of MATERNITY**

*Annotation.* The article is devoted to detection and analysis of rhetorical features of Motherhood discourse in media texts reflected The Russian Orthodox Church's approach to the most polemic and important issues of motherhood and childhood. In the article Motherhood discourse is considered as a set of thematic clusters grouped around the key senseformative concepts “Mother”, “Woman” and “Child”.

*Keywords:* Motherhood discourse, rhetoric, media text, concept, media linguistics.

## АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЛЕКЦИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО МАССМЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА

*Аннотация.* В статье рассматриваются риторические особенности академической лекции в условиях современного массмедийного пространства.

*Ключевые слова:* академическое красноречие, пространство массмедийной коммуникации, научно-популярная лекция.

Говоря об академическом красноречии и его разновидностях, мы прежде всего имеем в виду выступления ученых, посвященные вопросам науки и культуры, к которым можно отнести и учебные, и научно-популярные лекции. Академическое красноречие опирается на многовековые традиции, складывавшиеся по мере развития университетского образования в Европе и России: лингвистические и риторические особенности академической лекции выражаются на лексическом, морфологическом, синтаксическом, содержательном и экстралингвистическом уровнях (в частности, наличие общенаучной лексики, широкое употребление глаголов в форме настоящего времени, которые выступают в отвлеченном вневременном значении, насыщенность текста лекции абстрактными существительными, частое использование вводных слов и конструкций, преобладание сложных предложений над простыми, использование внеязыковых средств, как интонация, жесты и мимика). Вспоминая в своих мемуарных записях лекции любимых профессоров, слушатели XIX века отмечали также те качества, которые облегчали и упрощали понимание материала: беседа с аудиторией, простота и естественность речи, артистизм, активная жестикуляция и развитая мимика, юмор и шутки в лекционной речи. Каждый из представителей блестящей плеяды русских ученых-лекторов задумывался об условиях эффективности своих лекций — то есть об их риторических особенностях. «Вы являлись пред нами не только ученым и художником, но и артистом, талантливо передающим в чтении самые тонкие оттенки мысли, вливающим живое чувство в каждый образ. В Ваших лекциях нас поражала музыка Вашей блестящей речи. Завидев Вас на кафедре, мы целиком отдавались в Вашу власть. И Вы по временам владеете своей аудиторией, заставляя ее то издавать шепот восторга, то смеяться», — вспоминал о лекциях В.О. Ключевского его бывший ученик С.П. Смирнов

142 | в день 25-летия профессорской службы известного историка в Московской Духовной Академии [[https://azbyka.ru/otechnik/Nikolaj\\_Zaozerskij/25-letie-professorskoj-sluzhby-v-o-klyuchevskogo-v-moskovskoj-duhovnoj-akademii/](https://azbyka.ru/otechnik/Nikolaj_Zaozerskij/25-letie-professorskoj-sluzhby-v-o-klyuchevskogo-v-moskovskoj-duhovnoj-akademii/)].

Несмотря на это, современные слушатели, характеризуя выступление докладчика как академичное, традиционное, часто хотят подчеркнуть не столько полноту излагаемого научного знания, сколько сухость, наукообразность и отсутствие эмоциональности в изложении материала, что, конечно, в целом несправедливо по отношению к русской лекторской традиции, но косвенно отражает потребности современной аудитории. При этом необходимо отметить, что аудитория нашего времени в свою очередь может существенно отличаться от традиционной академической. Цифровое пространство массмедийной коммуникации, прочно завоевавшее свои позиции в нашей жизни, меняет формат общения не только частной, политической, но и академической среды. Преподаватель читает онлайн-лекции, проводит вебинары, записывает электронные обучающие курсы, таким образом, помимо традиционной знакомой студенческой аудитории, слушателями и зрителями его лекций становятся самые разные пользователи массмедийных продуктов. В результате становление информационного, массмедийного общества отражается и на отношении к языковой практике.

Современный лектор-педагог не может рассчитывать только на подготовленную аудиторию, его лекция должна представлять собой изложение научных фактов для широкой аудитории, которая может оказаться не подготовлена к их восприятию.

Другая особенность современной лекции, ставшей частью интернет-пространства, связана с основным жанрообразующим признаком лекции – ее монологичностью. При живом общении с аудиторией лектор свободно пользуется такими приемами диалогизации, как вопросительные предложения, обращения, вопросно-ответный ход, вводные слова, использование личных местоимений и глаголов в побудительном наклонении («Мы видим, что...», «Как вы знаете...», «Подумаем...», «Вспомните...» и др.), а также использование разговорной лексики наряду с научной терминологией.

Массовая аудитория – своеобразный экзаменатор, контролер и барометр, стимулятор и регулятор деятельности лектора. В зависимости от отношения к лекции слушатели заранее настраиваются: безразлично, положительно, отрицательно. Как только лекция началась, аудитория ждет подтверждения своей эмоциональной настроенности. Предвидеть отношение слушателей к теме, достигать положительного отношения к выступлению, учитывать эмоциональный настрой слушателей должен уметь каждый оратор, выступающий в массовой аудитории. При отсутствии зрительного контакта с аудиторией лектору трудно сопровождать свою устную речь внеязыковыми средствами: интонацией, жестами, мимикой, которые дополняют, а порой

изменяют значение слов или делают их более выразительными. Таким образом, современному преподавателю необходимо совершенствовать особенные навыки эмоционального ведения лекции в отсутствие реальных студентов и привлечения внимания гипотетической аудитории. Преподавателю необходимо также учитывать, что в дальнейшем лекции, размещенные в электронной среде, продолжают жить своей независимой от автора жизнью.

Гораздо более живым и естественным можно считать взаимодействие лектора и аудитории в том случае, когда лекция, предназначенная для записи и дальнейшего размещения в электронной среде, проходит с участием реальной аудитории. В качестве удачного примера лекций такого формата приведем цикл передач профессора В.И. Аннушкина «Живое слово» на телеканале «Культура» [[http://tvkultura.ru/brand/show/brand\\_id/59465](http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/59465)]. Эмоционально настроенные друг на друга, объединенные одной целью, лектор и его группа студентов создали ряд образовательных программ, которые запоминаются яркой эмоциональностью и живостью эпизодов.

Интересно рассмотреть в этой связи и научно-популярные лекции, размещаемые на специальных платформах в интернет-пространстве: американский проект TED (от англ. technology, entertainment, design; технологии, развлечения, дизайн) и российский образовательный ресурс ПостНаука Academy.

Несмотря на все имеющиеся различия в культурном, политическом и даже историческом плане, западные и русские лекторы сталкиваются с схожими задачами при подаче материала научного характера. Однако, следует отметить и существующие различия между западной и русской публичной лекцией. Согласимся с О.С. Заболотневой, которая считает, что «лекция как вид профессиональной педагогической деятельности перестает существовать в традиционном понимании для англоязычных лекторов и остается большей частью традиционно академической в российской вузовской среде» [1:4].

Первое различие: западные лекторы с самого начала активнее стремятся создать диалог либо с помощью риторических вопросов, либо путем призывов аудитории к действиям, что позволяет им в большей степени сблизить аудиторию с темой, дать им переживать и осмысливать сказанное. Второе — в западных лекциях характерно повествование коротких историй, позволяющих слушателям более живо и образно представить и впоследствии легче постичь передаваемый смысл. Как мы отмечали ранее, «среди анализируемых нами русскоязычных лекторов Виктор Вахштейн, относящийся к более молодому поколению профессоров, использует и эти риторические приемы, кроме того совмещает их с свойственными именно русской традиции особенностями: обилие слов и оборотов научного и художественного стиля, длинных сложноподчиненных предложений» [3:49]

Конференции TED всемирно известны благодаря интересным темам, а также присутщей им увлекательной и эмоциональной манере изложения.



144 | Лекции этого проекта продумываются авторами не только содержательно, но и не в меньшей мере с точки зрения формы. Отмечая, что мозг человека не запоминает скучную информацию, исследователи Галло и Кармин пишут об одном из главных правил подготовки публичного выступления в формате конференций TED: «Ошеломительный момент в презентации — это шокирующий, впечатляющий, вызывающий изумление момент, который задевает за живое и врезается в память. Он полностью захватывает внимание слушателей и вспоминается еще долго после окончания презентации. В чем тут секрет. Ошеломительные моменты представляют собой то, что нейробиологи называют эмоционально окрашенными событиями, — накал эмоций, который повышает шанс, что слушатели запомнят ваше сообщение и примут его как руководство к действию» [2:132]. В этом современные лекторы являются достойными продолжателями традиций древних греков, считавших, что эффект возможен только тогда, когда зрителями и слушателями будет испытан аффект.

В целом и российские, и зарубежные лекторы современности пользуются традиционным набором риторических приемов, который, по результатам нашего исследования, можно выявить в любой хорошей публичной лекции и прошлого, и настоящего: четкая артикуляция и дикция, широкий интонационный диапазон, контроль над скоростью и громкостью речи, умеренная жестикуляция, употребление в лекции лексики разговорного стиля, умение пошутить в ходе лекции. В качестве современной тенденции необходимо отметить усиливающуюся драматизацию, заранее продуманный постановочный характер публичной лекции при сокращающемся времени ее звучания, что неизбежно делает ее содержание более насыщенным и «плотным». Основные же риторические особенности публичной лекции остаются одними и теми же.

### Литература

1. Заболотнева О.Л. Лингвокультурологические и социолингвистические особенности лекции: Дис... канд.фил. наук. Челябинск, 2007
2. Галло, Кармин: Презентации в стиле TED: 9 приемов лучших в мире выступлений; Москва: Альпина Паблицер, 2015 – 252 с.
3. Кудоярова Т.В. «Современное академическое красноречие в курсе педагогической риторики», Русский язык за рубежом №2 — М, 2018.С. 45–49.

*T.V. Kudoyarova*

*Annotation.* The article deals with the rhetorical features of the academic lecture in the conditions of modern mass media space.

*Keywords:* academic eloquence, space of mass media communication, popular science lecture.



## КРИТИКА ТЕАТРА, ИЛИ ТЕАТР КРИТИКИ (РИТОРИКА ТЕАТРАЛЬНОЙ БЛОГОСФЕРЫ)

*Аннотация.* Статья посвящена современным режиссерским прочтениям художественных текстов классики и интерпретации этих сценических опытов в поле критики. Внимание сосредоточено на разности дискурсов зрителей и театральной критики в интернет пространстве.

*Ключевые слова:* риторика, стилистика, жанр, режиссер, коммуникация, театр.

В обозначившейся общей тенденции диалогизма гуманитарной науки XX–XXI веков коммуникативные возможности искусства становятся наиболее репрезентативной областью в исследовании языковой картины мира. «Смерть автора», которую провозгласил Р. Барт, породила «воинствующее торжество» читателя, что особенно стало заметным в сфере театральной критики. Отзывы и рецензии на спектакли, опубликованные в пространстве Интернета, представляют собой явление значительное для понимания современной культурной коммуникативной среды. Новая эпоха доминирования визуальных форм сформировала восприятие художественных произведений опосредованным его изображениями. Семиотическое пространство искусства тем самым открывает простор для интерпретации. Это особенно заметно в сфере театра: текст-прецедент в большей степени отражен в масштабных декорациях, в использовании киноматериалов для оформления сцены, и театр теперь это уже не та «кафедра, с которой можно много сказать миру добра», это пространство творческих экспериментов и возможностей раскодирования образов как авторами спектакля, так и его зрителями.

Известный культуролог Б. Сапунов считает, что наша культура как бы возвращается от «гуттенберговской» цивилизации, основанной на книге, к «цивилизации картинки», где ведущую роль начинает играть визуальное восприятие [3: 54]. Театр – это взаимодействие между сценой и зрителем, ведь зритель в современном театре не просто созерцатель, а участник спектакля. Рецепция театрального действия, отраженная в слове зрителя, не представляет теперь опыт осмысления – слово в отзывах, опубликованных на сайте, стало выражением лишь субъективной эмоциональной оценки.

Все выдающиеся русские режиссеры понимали необходимость участия зрителя в становлении сценического текста. А. Я. Таиров задавался вопросом: «какую роль должен играть зритель в театре, — роль воспринимающего или творящего» [4; 145]. В те же годы Вс. Мейерхольд искал пути активизации и непосредственного вовлечения зрителя в сценическое действие. К.С. Станиславский, как известно, считал зрителя «третьим творцом спектакля». Но зритель, не подготовленный к восприятию постдраматического театра, часто судит о сценическом тексте, опираясь лишь на свой вкус, а не опыт.

Теперь, перед тем как купить билет на представление, многие читают отзывы о спектакле, но редко кто уделяет внимание рецензиям профессионалов, потому что они внушительны по объему и написаны на языке, чуждом обывателю. К сожалению, дискурсивные практики в области рецепции театрального искусства несоизмеримо отличны от языка блогосферы. Все это приводит к тому, что обнаруживается коммуникативная неудача в диалоге современного театрального мира.

«Прежде критик считался самым тонким ценителем театра, — как пишет К. Рожкова в серьезном исследовании «Театр начинается с Интернета», — теперь максимум, что ему полагается, — это слегка заинтересованный тон, но без малейшего намека на пиетет перед автором» [2: 132].

Театральная рецепция — это один из вариантов литературной теории читательского отклика, которая подчеркивает индивидуальность восприятия и толкования литературного текста. Это важный аспект творческого процесса рождения спектакля, тех коммуникационных моделей, которые определяют успех или неудачу сценического действия. Уже в эстетике романтизма появляется потребность в читательской/зрительской реакции на текст. И. В. Гете определил три типа восприятия художественного текста как наслаждение: наслаждение красотой, не осознавая, как она достигается; судить и не испытывать наслаждения и «судить, наслаждаясь, и наслаждаться, рассуждая». Только вот о театре большинство берутся судить, не понимая, о чем они выражают свое мнение. Без отклика публики нельзя ощутить завершенность сценического текста. Но зритель как третий творец спектакля оказался не готовым к возложенной на него миссии.

Особенно это представляется тревожным и симптоматичным относительно тех произведений, которые стали классикой и известны большинству по фильмам или кратким пересказам, столь популярным в Интернете. При анализе инсценировок хорошо знакомых литературных произведений мы непременно сталкиваемся со специфическими особенностями рецепции: читатель литературного произведения начинает выступать в роли реципиента театрального текста, ощущая себя всеведущим ценителем искусства. В.Г. Белинский отмечал, что читающую публику и театральную публику составляют одни и те же люди, но как они не похожи в своих оценках художественного текста и постановки.

На примере профессиональных рецензий и отзывов зрителей на сайте «Афиша» легко проследить, что это разные дискурсы театральной сферы. Если для жанра театральной рецензии характерен особый подбор языковых средств, что во многом связано со спецификой подачи материала, то отзывы зрителей, при бедности выразительности, избилуют риторическими пассажами возмущения, допускается ненормативная лексика, чрезмерно экспрессивные и необоснованные высказывания не подтверждаются анализом сцен или образов. Печально, что почти все отзывы негативного характера начинаются со слов: «Я не читал, но я скажу». Вот примеры некоторых высказываний, опубликованных на сайте театра Вахтангова по пьесе М. Булгакова «Бег» в постановке Ю.Бутусова (орфография и пунктуация оригиналов сохранены):

«Спектакль не понравился. вообще не увидела цельного полотна, впрочем, признаюсь честно, текст романа не читала, ушла после первого действия».

«Уважаемые театралы, сходили мы давеча на оный спектакль. Что сказать-с, разочарованы, и я хочу вас сразу предупредить что для любителей классического театра посещение спектакля наикрайнейшим образом не рекомендуется. Встали и ушли на 6-м сне, лишь жалея, что не сделали этого раньше. Снились кошмары».

«Изгадили классический спектакль. Второй раз в жизни ушла с первого акта. Кто хочет попасть в сумасшедший дом – Вам сюда! Бред! Кто не читал произведения – вообще ничего не поймет. Обидно. Жаль потраченного времени и денег. Отравя для молодых!».

«Я не хожу смотреть в театр классику, или современников, я хожу смотреть Театр. И с этой точки зрения, спектакль – безусловно выдающийся. Хочется прищуриться и сказать, «ах, шельмы! куда завели театральный язык» – раньше все тащили актеры, а теперь – настоящий взрыв – сцена, звук, свет, жанры, конфетти, танцы, декорации и грим, – все единым воплем сбивает зрителя с ног. Я обычный зритель – мне тоже тяжело сидеть 4 часа. Более того, я и Бег не читала, вспоминала сюжет по обрывкам ЧБ фильма».

Посмотрев спектакль, поставленный на материале классики, зритель неизбежно сравнивает литературный первоисточник и театральный текст. И это сравнение почти всегда не в пользу театральной версии. Это объясняется тем, что у каждого зрителя уже сложился визуальный ряд образов и мотивов, который почти всегда не совпадает с видением режиссера. Зритель не берет во внимание то, что и автор сценической версии имеет право на свое понимание образов. Художественное произведение рождается именно из того, как организован диалог текста и читателя, режиссера и зрителя, но вместо диалога часто получается конфликт интерпретаций классики. Разрушается основная функция театра – вызывать эмоциональное узнавание и эстетическое наслаждение с помощью драмы, в ее системе показанных и переданных публике переживаний рождать новый текст культуры. К сожалению, современный

148 зритель игнорирует наставление Станиславского «зритель – это не вкус, зритель – это опыт». Прежде всего, опыт объективного взгляда на эволюцию сценического текста. Зритель не способен придать ему жизнь в своем воображении. По словам В.Г.Костомарова: «Вкус вообще – это способность к оценке, понимание правильного и красивого; это пристрастия и склонности, которые определяют культуру человека в мысли и труде, в поведении, в том числе речевом. Под вкусом можно понимать систему идейных, психологических, эстетических и иных установок человека или общественной группы в отношении языка и речи на этом языке. Эти установки определяют то или иное ценностное отношение человека к языку, способность интуитивно оценивать правильность, уместность, эстетичность речевого выражения» [1: 67]. Риторическое поведение театрала и театроведа отличаются не только приемами и лексикой, но прежде всего задачами, которые определяют жанры отзыва и рецензии. Театрал с легкостью может жонглировать в своей речи терминами, смешивать их с эмоциональной лексикой, часто даже неоправданной экспрессивной риторикой. Театровед дает анализ спектакля, его авторского стиля, стремится донести до публики режиссерские решения и новаторство постановки. Описанная картина риторической дистанции не направлена на критику в чей-либо адрес. Язык текущего момента диктует исследователю необходимость расширить возможности историко-культурного подхода, сделать его действенным для анализа реальности. И многие театры идут навстречу зрителю. РАМТ проводит семинары и открытые обсуждения спектаклей, есть образовательные театральные порталы, многие библиотеки проводят открытые образовательные лекции. Все эти усилия не напрасны, постепенно они принесут результат, и зритель будет получать «удовольствие от текста», а актеры и режиссер удовлетворение от диалога с публикой.

### Литература

1. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. «Златоуст», М., 1999. 247 с.
2. Рожкова К. Театр начинается с Интернета // Октябрь 2012, № 3 // Журнальный зал [Электронный ресурс; URL: <http://www.zh-zal.ru/october/2012/3/r18.html>].
3. Сапунов Б. М. Религия и телевидение (Их взаимодействие в культуре) // Культурология. 1996. №1. М.: Изд-во МГАП «Мир книги». С. 50–57.
4. Таиров А. Я. О театре / Ком. Ю. А. Головащенко и др. М.: Вто, 1970. 603 с.

*I. Murzak*

### THEATRE CRITICISM OR THEATRE CRITICS (RHETORIC OF THE THEATRICAL BLOGOSPHERE)

*Annotation.* The article is devoted to modern director's reading of literary texts of classics and interpretation of these stage experiments in the field of criticism. Attention is focused on the difference between the discourses of the audience and theater criticism in the Internet space.

*Keywords:* rhetoric, style, genre, director, communication, theatre.

## СРЕДСТВА МАНИПУЛЯЦИИ В ДИСКУРСЕ МАССМЕДИА (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-БЛОГОВ Н. СОБОЛЕВА)

*Аннотация.* Статья посвящена проблеме языкового манипулирования в дискурсе масс-медиа, который играет ключевую роль в формировании картины мира современного человека и является средством контролирования жизнедеятельности всего общества. В частности, интернет-блоги навязывают стереотипы поведения и мышления, потребности, интересы и ценности индивида. Человек, не обладающий знаниями о средствах и приемах манипуляции, не в состоянии установить иллюзорность навязываемых ему представлений о реальной действительности. Он становится жертвой манипуляции. Являясь для многих единственным источником информации, дискурс масс-медиа не отражает реальность, а создает такую ее модель, которая позволяет использовать аудиторию как средство достижения чьих-то целей, в частности целей интернет-блогеров, владеющих минимальным набором уже отработанных ими приемов манипуляции, что нельзя назвать ни искусством манипуляции, ни тем более искусством красноречия.

*Ключевые слова:* манипуляция, интернет, масс-медиа, коммуникативная политика, блог.

Роль языковой манипуляции в современном обществе неуклонно растет, что связано с развитием медиасреды: газеты – радио – телевидение – интернет. Интернет-издания производят не только наибольшую по количеству прочтений долю текстов, но и наибольшую долю от всего объема текстовых материалов средств массовой информации. Вместе с тем непрерывно растет количество людей, предпочитающих получать информацию в интернете, для которых потребление онлайн-медиа является доминирующей формой взаимодействия с дискурсом СМИ. Если прежде, на протяжении полувека, самым мощным техническим средством манипуляций в развитых странах было телевидение, то сегодня все большую информационную, а значит и манипуляционную роль играет интернет.

В современном вербоцентрическом обществе главным инструментом коммуникации и, в частности, медиакоммуникации является язык, поэтому манипуляции посредством языка – основной способ манипулирования об-

150 | щественным мнением. Тем более что язык предоставляет для этого широчайший выбор различных форм и способов воздействия, позволяя не только произвести необходимый эффект, но и замаскировать сам факт манипуляции. Особенно продуктивным орудием социальной манипуляции язык становится в ситуациях, когда манипулятор обладает повышенным авторитетом в глазах аудитории, и когда существует возможность тиражировать воздействующие высказывания. Вследствие этого проблема лингвистической интерпретации событий и языкового манипулирования в масс-медиа представляется крайне актуальной для исследования.

Тексты интернет-блогов обладают значительным потенциалом манипулятивного воздействия на аудиторию. При этом в рамках одной публикации преимущественно используется комплекс различных инструментов манипуляции, что позволяет достичь желаемого эффекта.

Для реализации манипулятивного речевого воздействия в текстах интернет-блогов используются приемы манипулирования информацией, риторический инструментарий и приемы, основанные на воздействующем эффекте языковых средств.

Средства манипуляции, которые используются в интернете, соответствуют коммуникативной политике масс-медиа. В связи с увеличением численности аудитории и сложностью организации обратной связи в массовой коммуникации акцент делается не на взаимодействие, а именно на воздействие. В интернет-СМИ реализуется не только коммуникационная политика масс-медиа, но и коммуникативная политика маркетинга. Средства манипуляции в масс-медиа служат для информирования потенциальных потребителей о предлагаемом продукте, услугах, а также для убеждения покупателя отдать предпочтение именно этим товарам и маркам, делать покупки в определенных магазинах, посещать именно эти увеселительные мероприятия. Благодаря масс-медиа формируется и распространяется имидж и престиж того или иного бренда, что способствует его продвижению. Таким образом, манипуляция в масс-медиа используется как средство получения прибыли.

Проанализировав приемы психологического воздействия и средства языковой манипуляции в интернет-блогах Н. Соболева, мы пришли к следующим выводам. Данные виды масс-медиа Н. Соболев использует для привлечения внимания людей к тому, что он предлагает как предприниматель: линия одежды и обуви, гамбургеры, книги. За счет обращения к громким общественным темам и проблемам, уже заявленным другими блогерами и ведущими ток-шоу, он скрыто продает свои товары. Имидж и стереотипизацию в своем видеоблоге он применяет для увеличения числа подписчиков в инстаграм-блоге, в котором представлено то, что он продает.

В блогах Соболева средств языковой манипуляции в гораздо больше, чем приемов психологического воздействия. Вообще он не отличается глубоким

знанием психологии. Средства языковой манипуляции и приемы психологического воздействия действуют на уровне внушения. В этом немаловажную роль играет созданный Соболевым имидж и возраст его целевой аудитории – молодые люди 14–20 лет, которые более всего поддаются внушению и которые ищут для себя авторитет и пример для подражания. Люди старшего возраста должны замечать манипуляции Соболева, настолько они читаемы.

Среди приемов психологического воздействия блогер использует уже отмеченный имидж, групповую общность и коллективную ответственность, игру на слабостях, психологическое давление в виде конвенциональных преимуществ и привлеченных сил, компоновку в один ряд разных сообщений. Он эксплуатирует стремление молодых людей быть частью какой-либо группы и их нежелание нести ответственность: ответственность возлагается на всю группу, в том числе ответственность лично Соболева. Отдельные, конкретные члены группы ответственность не несут. Если адресат хочет быть членом группы, общества, то он должен выполнять определенные действия: подписываться, ставить лайки, участвовать в конкурсах, покупать книги Соболева и т.д. Если он эти действия не выполняет, значит, он не входит в группу, значит он «другой», а поскольку Соболев создает имидж успешного, богатого, стильного, блестящего человека, а «другой» таковым не является, что служит действительно мощным средством манипулирования.

Адресатами Соболева являются «мы», «все», «люди», а не личности, отличающиеся индивидуальностью. Его манипуляции рассчитаны на массы. Поэтому он выбирает универсальные мишени воздействия. Следует отметить, что к своим адресатам он относится только как инструменту достижения собственных целей, поэтому в его обращении к ним замечаются пренебрежение и снисхождение, которые даже не очень сильно маскируются. Слова вроде «эти люди», «люди», «вы все» говорят об истинном отношении блогера к своим подписчикам, которые настолько подвержены внушению, что этого не замечают.

Соболев играет на слабостях адресата – наивности, легковерности, нежелании нести ответственность, углубляться в проблемы и решать их, стремлении получать готовые ответы, суждения, оценки, зависимости от чужого мнения и авторитета, стремлении быть в тренде, быстро, легко, желательно ничего не делая, стать богатым, известным, красивым и др. Слабость к животным также активно эксплуатируется блогером. Он говорит о том, что «котики всегда будут нравиться», и регулярно публикует на своей странице фотографии с котятами.

Среди средств языковой манипуляции в блогах Соболева преобладают глаголы в форме повелительного наклонения, что является явным доказательством манипуляции сознанием.

Коммуникативная политика масс-медиа предполагает оперативное предоставление гражданам актуальных сведений о событиях и процессах общест-



152 | венной и политической жизни, что способствует формированию картины мира индивида и ориентации в сложной системе социальной реальности. Соболев выбирает для своих роликов действительно актуальные для его целевой аудитории события, однако не оперативно: до него эти события уже успевают осветить ведущие ТВ и другие блогеры, тем не менее это все равно влияет на формирование картины мира его адресатов, их смысловых ориентиров. С этим связан вид манипулятивного воздействия, который он использует – манипуляция духовностью, духовное примыкание, основной действующий агент которого – поиск смысла; мишени – отношения между мотивами, смыслы; автоматизмы – привычные для данного конкретного человека способы совладания со смысловой дезориентацией и заполнения смыслового вакуума.

Коммуникативная политика включает также формирование и поддержание культурных и политических стереотипов, норм поведения. Для этого Соболев использует такие средства манипуляции, как имидж, стереотип, кванторы всеобщности, единицы с семантикой долженствования, указание на общепринятые нормы, психологическое давление. Поэтому он применяет еще один вид манипулятивного воздействия – конвенциональную манипуляцию, основной действующий агент которой – социальные схематизмы (сценарии, правила, нормы); мишени – готовые образцы поведения; автоматизмы – социально заданные и индивидуально усвоенные программы жизни, принятые человеком сценарии поведения, личностно присвоенные представления о должном.

Коммуникативная политика масс-медиа предполагает наличие обратной связи, что выражается в блогах Соболева в том, что он призывает ставить лайки, оставлять свои комментарии, участвовать в конкурсах и т.д. Различные виды масс-медиа должны и развлекать своих адресатов, удовлетворяя их культурные запросы. Соболев вполне это делает для своей целевой аудитории.

Соблюдение коммуникативной политики масс-медиа для Соболева необходимо лишь для того, чтобы поддержать имидж блогера, который в свою очередь требуется ему для привлечения внимания покупателей к своим товарам и услугам. Мы отметили в блогах Соболева и реализацию коммуникативной политики маркетинга, которая направлена на извлечение прибыли через воздействие на адресата. Для этого нужно информировать перспективных потребителей о своем продукте, услугах, убедить покупателя отдать предпочтение именно этим товарам и маркам, делать покупки в определенных магазинах, посещать именно эти увеселительные мероприятия и т. д., заставить покупателя действовать – поведение потребителя направляется на то, что предлагается в данный момент, а не откладывать покупку на будущее. Соболев с помощью масс-медиа и таких средств манипуляции, как компоновка в один ряд разных сообщений и пресуппозиции информирует адресатов о товаре, убеждает и заставляет его купить с помощью таких средств манипуляции, как вопро-



сительно-побудительные конструкции, периферийные средства побуждения в форме перформативных глаголов и их однокоренных слов, кванторы всеобщности, глаголы в форме повелительного наклонения, единицы с семантикой долженствования, положительная оценка призывных действий, обещание положительных результатов при их реализации, пресуппозиции. Благодаря масс-медиа он формирует и распространяет имидж и престиж своего бренда.

Мы считаем Соболева бизнесменом, для которого его видеоблог и инстаграм-блог являются бизнес-проектами, а не социальными проектами для привлечения внимания к проблемам современного общества. Таким образом, блогерство не имеет отношения к ораторскому мастерству; блогеры не владеют искусством красноречия, а их средства воздействия на аудиторию действуют на уровне внушения.

### Литература

1. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 592 с.
2. Брайант Дж., Томсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
3. Володина М.Н. Язык СМИ основное средство воздействия на массовое сознание // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов/Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760 с.
4. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: МГУ, 1996. – 344 с.
5. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ. М.: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
6. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2000. – 864 с.
7. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980. – 325 с.

*N.E. Musikhina*

### MEANS OF MANIPULATION IN THE DISCOURSE OF MASS MEDIA (FOR EXAMPLE INTERNET BLOGS OF N. SOBOLEV)

*Annotation.* The article is devoted to the problem of language manipulation in the discourse of mass media, which plays a key role in shaping the worldview of modern man and is a means of controlling the life of the whole society. In particular, Internet blogs impose stereotypes of behavior and thinking, needs, interests and values of the individual. People who do not have knowledge about the tools and techniques of manipulation, not able to install the illusory nature imposed his ideas about reality. He becomes a victim of manipulation. Being the only source of information for many, the discourse of mass media does not reflect reality, but creates a model that allows using the audience as a means of achieving someone's goals, in particular Internet bloggers, who possess a minimum set of techniques of manipulation, which can not be called either the art of manipulation or the art of eloquence.

*Keywords:* manipulation, Internet, mass media, communication policy, blog.

## **САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРИ СПОРАХ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ**

*Аннотация.* Самопрезентация личности широко используется в массовой культуре, особенно в политической деятельности. В данной статье автор пытается найти ответы на вопросы, что представляет собой самопрезентацию, почему люди занимаются самопрезентацией, особенно в публичных выступлениях и на предвыборных дебатах, какие стратегии и техники используются в процессе самопрезентации.

*Ключевые слова:* спор, самопрезентация, самореклама, стратегия, тактика, имидж.

**Н**есмотря на то что с понятием «самопрезентация» («самореклама») мы часто сталкиваемся, но единственного, строгого и общепринятого определения ее до сих пор не существует. Термин самопрезентация, как правило, используется как синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которые он демонстрирует окружающим [9; 309].

Кроме термина самопрезентация (калька с английского *selfpresentation*), который употребляется сравнительно недавно, для отечественной традиции долгое время более характерными были понятия самопредставление, самореклама, самоподача, самоименование, персонализация и самопредъявление, используемые как синонимы. В английском энциклопедическом словаре оно дословно характеризуется как «управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям» [8].

Этимологически близкое понятие — самораскрытие имеет более широкое значение по сравнению с оперативно-техническим, узкопрагматическим смыслом, который несет в себе американизм термина самопрезентация [2;223].

Согласно Толковому словарю С.И. Ожегова, самореклама означает рекламирование, восхваление самого себя. Заниматься саморекламой – значит вызывать интерес к своей личности и личностным качествам с определенной целью в самых разных областях [5;695].

Самопрезентация весьма мало изучена, особенно в России и во Вьетнаме. Основная часть теоретических и практических разработок принадлежит зарубежным ученым, таким, как И. Гоффман, М. Снайдер, Р. Чалдини, И. Джонс и Т. Питтман с точки зрения психологии. Self-presentation refers to how people attempt to present themselves to control or shape how others (called the audience) view them [11]. Так, в психолингвистике самопрезентация – это, прежде всего, умение влиять на аудиторию с помощью впечатлений. Объективное самосознание включает фокусировку внимания индивида на самом себе и на своем представлении о том, как его воспринимают и оценивают другие люди.

По мнению В.М. Шепель, самопрезентация – это умение подать себя, привлекая к себе внимание, актуализуя интерес людей к каким-то своим качествам [7;11].

Самопрезентация предполагает представление субъекта речи в определенном свете, привлечение на свою сторону собеседника, манипулирование им, выражение своего отношения к окружающему миру с присущей субъекту речи системой ценностей [3;73].

В данной статье рассмотрен термин «самопрезентация» применительно к общественно-политическим спорам и дискуссиям. Политическая власть держится на власти воздействия, на управлении людьми разных политических ориентаций, а управление осуществляется через слово.

Согласно Е.А. Блажнову, имидж – это образ потребности, создаваемый художественными средствами [1;94]. Имидж определяется как совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией и т.д. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему.

С точки зрения О.С. Иссерс, анализируя устные выступления и интервью политиков, можно выделить два пути создания имиджа. В традициях античной риторики их определяют через понятия Ethos и Persona [3; 193–202]. С одной стороны, автор в своей речи может акцентировать специфические особенности личности. С другой стороны, политик обычно выбирает для себя роль и соответствующую ей речевую «маску». Выбор осуществляется на основе прогнозирования аудитории, ее ожиданий и, по сути, является коммуникативной стратегией.

Под коммуникативной (речевой) стратегией понимают общий план речевых действий для достижения поставленных коммуникативных целей при помощи вербальных и невербальных средств, осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия в интересах достижения цели общения или стратегического результата, на который направлен коммуникативный акт.

Стратегические цели могут быть направлены на:

завоевание авторитета и желание понравиться	изменение их мировоззрения
передачу слушателям новых знаний	создание хорошего настроения
запугивание аудитории, лишение ее способности сопротивляться	выведение слушателей из психологического равновесия
предостережение их от опрометчивых действий	

Ученые называют различные виды речевых стратегий в разных дискурсах, в том числе и политическом: дискурсивные, стилистические, семантические, прагматические, риторические, диалоговые и т.д.

Е. И. Шейгал выделяет в политическом дискурсе следующие виды стратегий: стратегия вуалирования, затушевывания нежелательной информации (позволяет сделать менее очевидными неприятные факты); стратегия мистификации (сокрытие истины, сознательное введение в заблуждение); стратегия анонимности (деперсонализация) как прием снятия ответственности [6; 115].

О.С. Иссерс в работе «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» выделяет речевые стратегии самопрезентации, семантические речевые стратегии, аргументативные стратегии, стратегии дискредитации, манипулятивные стратегии, стратегии речевых действий [3; 193–202].

Для успеха политической деятельности исключительно важным является коммуникативный образ политика. Он формируется на основе речевых стратегий самопрезентации. К ним относятся:

- выбор названия политической партии;
- коммуникативный имидж политика;
- оппозиции сознания.

В каждой ситуации общения используется своя стратегия. Так как под стратегией мы понимаем осознание ситуации в целом и организацию воздействия в интересах достижения цели общения, то непосредственно речевое воздействие в политическом тексте осуществляется посредством коммуникативных тактик, суть которых заключается в операции над знаниями и ценностными категориями адресата.

Тактика представляет собой совокупность практических способов выражения коммуникативного намерения в процессе речевого взаимодействия и реализуется с помощью определенных приемов.

Различают следующие виды речевых тактик:

контактоустанавливающая	оправдание, уход от беспочвенных подозрений
тактика, блокирующая контакт	угроза
тактика «контроль над темой»	просьба
эмоционально настраивающая тактика	запрос информации и др.
коррекция модели мира партнера	

В речевых стратегиях самопрезентации участвуют оппозиции сознания: свой-чужой (целеустановка – поиск внутреннего врага), борьба идеологий

(целеустановка – демонстрация уникальности и непогрешимости собственной идеологии), возрождение прошлого – поиск нового пути (целеустановка – отказ от ответственности за прошлые политические действия), политик – высшая власть (целеустановка – идентичность устремлений избирателя и политика).

Ольга Скабеева: При этом мы помним, что те террористы, которых мы называем террористами, а Вы называете умеренной оппозицией, они этих людей не угнетали, они этих людей не использовали как живой щит, ну вы нам так всегда, вы – американцы рассказывали, а сейчас вот она впервые открылась, ну, по сути, правда, в некоторой степени. (См. 60 минут выпуск 29.11.16, дата обращения 1.10.2018) [13];

Данная тактика играет значительную роль в формировании образ «врага». Идеи о ведущей роли оппозиции «свой-чужой» в политическом дискурсе высказывала Е.И. Шейгал, которая полагает, что «оппозиция ‘свои-чужие’ представляет специфику политического дискурса, так же как оппозиция ‘добро – зло’ является базовой для области морального, ‘прекрасное – безобразное’ – в области эстетического <...> любые ценностные противопоставления в политическом дискурсе будут являться вторичными по отношению к данной оппозиции» [6;122].

Так как стратегия самопрезентации является универсальной и ее используют многие политики, рассмотрим как она вербализуется тактиками самовосхваления, обещания, демонстрации профессионального успеха.

Тактика самовосхваления базируется на желании политика представлять себя в самом выгодном свете, описав свои личные качества, достоинства, таланты. Тактика самовосхваления вербализуется лексемами, семантика которых позволяет охарактеризовать политика как человека, обладающего определенным набором положительных качеств. К числу таких лексем относятся, например, прилагательные оптимистично настроенный, успешный, достойный, сильный, надежный; глаголы побеждать, знать, вести за собой, быть лидером. Нередко политики используют прилагательные в сравнительной и превосходной степени, например: лучшие, более надежный, самый сильный и др. Непременным атрибутом тактики самовосхваления является личностное местоимение Я.

Например, обращает на себя внимание фигура тождества я = ЛДПР (Ср. давний слоган: Жириновский – это ЛДПР) и фигура противопоставления я – другие партии. Риторический прием укрупнения я выявляет эгоцентризм самопрезентации [4].

Тактика обещания, как правило, манифестируется глаголами в форме будущего времени. Семантика глаголов отражает действия, которые политик готов предпринять, заняв высший государственный пост.

Обещания Ксении Собчак в ходе своего предвыборных дебатов на телеканале «Россия», выпуск 15.03.2018.

«Я продолжаю говорить о том, что самое главное для России это банальность добра, это хорошие школы, это хорошая медицина, это хорошее образование. Моя программа, она про то, что человек – это главная ценность, человек и его проблемы. Я вам гарантирую, что когда я приду к власти, когда люди с моими взглядами будут поддержаны вами, тогда человек станет главной ценностью нашего государства. Человек – его маленькая жизнь, его маленькие интересы, небольшие маленькие интересы, а не большие боеголовки огромной страны» [12].

Лексическими репрезентациями тактики обещания являются глаголы «обещать», «гарантировать», «обеспечить», «поддерживать» «держат (слово)».

С помощью тактики демонстрации профессионального успеха политики обращают внимание аудитории на определенные результаты проделанной им работы, на свой политический опыт, профессиональные успехи, заслуги, достижения.

«Я уже кандидат в президенты, о ком же еще говорю? Я говорю о своих заслугах. Я профессор, член многих академий, почетный доктор и почетный профессор. Это я должен говорить. У меня ордена за заслуги, а у других нету орденов таких. Вы воевали, но я единственный из вас офицер-полковник, а вы большинство вообще не служили. Бабурин служил, но он сержант. Есть разница между сержантом и полковником? Явлинский ни одного дня не служил и не имеет права. По болезни не служил. У нас есть перечень заболеваний, по которым человек не может быть принят даже на государственную гражданскую службу, а быть президентом – это исключается. Нужно иметь допуск к гостайне» [11].

В дискурсе политика употребляются глаголы, в семантике которых отражены «политические достижения», притяжательные местоимения мой (мои), личное местоимение Я.

Из этого можно сделать вывод, что очень часто к самопрезентации прибегают общественные деятели и политики, создающие свой целостный имидж в целях формирования уважительного отношения со стороны окружающих и убеждения людей в своей компетенции. Зная и используя конкретные коммуникативные стратегии и тактики саморекламы, политик сможет расположить к себе публику и более эффективно донести определенную информацию, побудить к действиям, вызвать нужную реакцию на событие, повлиять на эмоции аудитории.

### **Литература**

1. Блажов Е. А. Паблик рилейшнз: Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений: учебное пособие. М.: ИМА-пресс, 1994. 152 с.
2. Жуков Ю.М. Коммуникативный тренинг. М.: Гардарики, 2003. 223с.

3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи, изд. 4, стереотипное. — М.: КомКнига, 2006, — 288 с.
4. Караульных Д. Г. Твиттер Владимира Жириновского: лингвисториторический анализ, магистерская диссертация / Д. Караульных; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Институт гуманитарных наук и искусств, Кафедра риторики и стилистики русского языка. — Екатеринбург, 2017. — 94 с
5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка/ издание 4, доп., — М., ИТИ Технологии; 1999 г. — 944 с.
6. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса/Е.И. Шейгал. — М.: ИТДК «Гнозис», 2004, — 326 с.
7. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям — М.: Народное образование, 2002. — 345 с.
8. Oxford English Dictionary OED — <http://www.oed.com/>
9. The dictionary of personality and social psychology / Ed. by R. Harre, R. Lamb. Cambridge (Mass.): MIT Press, 1986.
10. <https://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/self/self-presentation/>
11. <https://www.youtube.com/watch?v=pyIX1qFKDQG>
12. [https://www.youtube.com/watch?v=X1QdUu\\_dl6s](https://www.youtube.com/watch?v=X1QdUu_dl6s)
13. [https://www.youtube.com/watch?v=2n\\_o5EjnE1s](https://www.youtube.com/watch?v=2n_o5EjnE1s)

*Nguyen Thi Thu*

### **SELF-PRESENTATION AS A TYPICAL SPEECH STRATEGY USED IN DISPUTES ON RUSSIAN TELEVISION**

*Annotation.* Self-presentation is widely used in popular culture, especially in different kinds of political activities. In this article, the author strikes to find the answers to some questions like what is the nature of self-presentation, why people engage in this speech act, particularly in public speaking and election debates, what strategies and techniques are commonly used in this communication process.

*Keywords:* controversy/disputes, self-presentation, self-promotion, strategy, tactic, image.

## «ВЕЧНАЯ ДУМА О СМЫСЛЕ ЖИЗНИ» В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЕ

*Аннотация.* В статье рассматривается актуальность обращения к жанру притчи в современной культурной ситуации. В последнее время наметился повышенный интерес к этому жанру. В школьной практике обучения риторике притча и раньше была предметом обсуждения. В статье предлагается опыт обращения к художественным произведениям А. Яшина, в которых обнаруживается притчевое начало и которые позволяют постигать мудрость общения.

*Ключевые слова:* современная культура, притча, художественный текст, разгадывание смыслов.

Уже стало общим местом рассматривать эпоху конца XX – начала XXI веков как время переосмысления и переоценки нашего культурного опыта. Клиповое состояние современной культуры лишено традиционных скреп и опор, зачастую характеризуется существованием ложных презентаций, лжекопий, которые плодят друг друга и образуют квазиреальность [1, 58]. Массовое распространение компьютерных игр, информации в сети Интернет, воздействие телевидения – все это приводит к тому, что современный человек перестает отделять реальность от ее представления, которое далеко не всегда адекватно.

В этой атмосфере инфляции подлинности культура, словно защищаясь, обращается к первоисточкам, к первосмыслам, выдержавшим проверку временем и сохранившимся в ее мнемоническом фонде. Что может быть целостным? Многовековой опыт убеждает в том, что таким является художественное сознание, гуманитарная основа, соединение мысли и слова. Жанровой формой выражения этих первоисточков является притча. Не случайно, в последнее время наблюдается повышенный интерес к притче как речевому жанру, который является востребованным нашими современниками в различных речевых ситуациях. Притча оказывается необходимой для человека XXI века, когда каждый ощутимо и непосредственно зависит от всего, что происходит в мире, когда ощущение говорящей и поучающей истории становится всеобщим, когда, действительно, как сказал Б. Пастернак, ход веков можно уподобить притче.

Притча как жанр по-разному проявлялась в разные эпохи истории и в разные художественные эпохи. В 19–20 веках это притчи-пьесы, притчи-рассказы, притчи-романы, стихотворения в прозе, «крохотки», «затеси». Притча XX века перестала быть поучением, она стала обобщенным философским



размышлением, в котором читатель участвует на правах соавтора. Наверное, именно наше время проявило самую суть жанра притчи, непосредственно нацеленного на постижение смысла жизни, который должен черпаться из нее самой. По мнению критика Ю. Качалкиной, «притча помогает быть медленнее в скоростном мире, а следовательно – быть глубже и умнее» [2, 194].

Мудрость, воплощенная в слове без назидания, возможность думать, обсуждать – все это воплощено в произведениях притчевого характера. Разгадывание притчи – это своеобразная гуманитарная дискуссия и исследование, это диалог автора и читателя, учителя и ученика.

Все сказанное определяет актуальность обращения на уроках словесности, на уроках риторики к жанру притчи. Такой опыт в методике преподавания гуманитарных дисциплин (русский язык, литература, риторика, основы мировых религиозных культур и т. п.) в школе накоплен. Школьники изучают специфику притчи, сравнивают притчу и басню, читают притчи, сочиняют притчи.

Но есть и еще одно важное направление в этой работе – обращение к художественным произведениям XX века в жанре коротких рассказов, философских миниатюр, стихотворений в прозе, очерков, лирических записей, которые объединяет притчевое начало. А. Белый, В. Розанов, М. Пришвин, И. Бунин, А. Солженицын, В. Белов, Ю. Бондарев, В. Солоухин, В. Астафьев – писатели, обращавшиеся к притче как жанру, понимали своеобразие и оригинальность создаваемых произведений, что и отразилось в обозначении ими сборников: «Крохотки», «Мгновения», «Камешки на ладонях», «Затеси». Это книги о себе, о людях, о времени, размышления, имеющие притчевую основу, несущие глубокие философские осмысления, лирические миниатюры, обладающие документальной точностью очерка – это «зарубки» на память не только самому автору, но и каждому из нас, «чтобы сердцем не черствели».

По мнению Астафьева, у каждого человека есть «потребность в задушевной беседе, как и склонность к вечной думе о смысле жизни», которая постигается только через самопознание, – «процесс самопознания есть процесс постижения смысла жизни «через себя». Такое постижение предполагает особого собеседника. Читатель вплотную приближается к автору, прямое слово автора не опосредовано для него привычными литературными формами – сюжетом, героями.

Мы обратились к творчеству А. Яшина, для которого также характерно такое приближение к читателю. Это прежде всего проявляется в его поэтическом наследии. «Яшин ищет разнообразных форм выражения поэтической мечты о цельном человеке, придерживаясь круга наблюдений из обыденной жизни, – «мирское» убедительнее призывов и абстрактных рассуждений. Быть собой – начало общения. Но собою быть не просто!» [5, 57].

Процесс постижения жизни «через себя» продолжается и в прозе А. Яшина. Притчевое начало обнаруживается в цикле лирических миниатюр

162 | «Вместе с Пришвиным», посвященных М. Пришвину, в рассказах цикла «Сладкий остров», в цикле «Маленькие рассказы».

Далее предлагаем материалы к уроку словесности «"Вечная дума о смысле жизни": постижение притчевой мудрости в рассказах А. Яшина». Для урока выбраны два рассказа: «Яблочная диета» из пришвинских миниатюр и «Каменная гряда» из цикла «Сладкий остров». Небольшой объем рассказов позволяет прочитать их на уроке. Ограниченные рамками статьи, прокомментируем работу только с одним рассказом – «Яблочная диета»

В качестве домашнего задания к этому уроку ученикам предлагалось вспомнить (или установить) особенности жанра притчи, привести примеры притч.

Притча – это короткое, сжатое нравоучение в прозаической или стихотворной форме. Реальность в притче явлена вне хронологических и территориальных примет, зачастую без указания конкретных исторических имен действующих лиц. С философской точки зрения, притча – история, используемая в качестве иллюстрации тех или иных положений учения, закона мира. Притчи – это не просто истории, занимательные рассказы обо всем на свете, в них хранится мудрость веков.

Церковнославянское слово «притча» состоит из двух частей: «при» и «тча». Корень слова «притча» – «тча» – «теча» – «теку» (бегу, поспешаю) – тот же самый, что и в слове «предтеча». Притчи, кажущиеся на первый взгляд простыми, несут в себе настоящую глубинную мудрость человечества, поэтому признаны действенным средством нравственного становления человека. Их ценность – в отсутствии назидания, нравоучений. Через притчи раскрываются основные нравственные понятия, составляющие основу мировоззрения: человек и мир, добро и зло, любовь, милосердие, мудрость, трудолюбие, прощение, честность, высокомерие; показывается образ жизни людей, их нравственные, семейные и общественные обязанности.

Постижение рассказа А. Яшина «Яблочная диета»

Перед непосредственной работой по тексту «Яблочная диета» целесообразно сделать небольшое сообщение (слово учителя или подготовленное высказывание ученика) о дружбе Яшина и Пришвина, о цикле пришвинских миниатюр в прозе А. Яшина, вспомнить известные произведения М. Пришвина.

Далее – чтение миниатюры учителем или подготовленным учеником. После чтения учитель задает вопросы на выявление первичного восприятия:

- о чем эта миниатюра?
- что больше запомнилось?

Вопрос, касающийся признаков притчи в этом тексте, тоже может быть задан. Ответы будут разные: кто-то из учеников не обнаружит притчевого начала, а кто-то уже после первого прочтения готов рассуждать о символическом смысле диалога Пришвина и Яшина.

Основываясь на первичном восприятии, углубляемся в художественное пространство текста.

Определяем своеобразие композиции данного рассказа. Обсуждаем следующие вопросы: сколько частей можно выделить в тексте? какова композиционная роль каждой части? есть ли какая-то особенность в соотношении частей друг с другом?

В ходе обсуждения композиции приходим к следующим наблюдениям.

Лирическая миниатюра из «пришвинского» цикла «Яблочная диета» является одним из штрихов к портрету М. Пришвина.

Любопытна композиция этого рассказа. В нем можно выделить четыре части. В первой части, основанной на воспоминаниях о детстве, описываются яблоки, которые выросли на единственной яблоне, раскинувшейся на деревенской улице. В завершение этой части авторское отношение к яблокам («редким, божественным, царским лакомством остаются они в моих глазах и сейчас») словно разбивается о негативное отношение к яблокам Пришвина («И вдруг Михаил Михайлович Пришвин, царь зверей и птиц, бог русских лесов, заявляет, что ненавидит – ненавидит! – яблоки»).

Вторая часть также посвящена описанию яблок. Только теперь речь идет о яблоках в доме Пришвина. Это описание так же, как и предыдущее, эмоционально, при этом эмоциональная напряженность усиливается контрастом.

Учащимся предлагается найти сопоставить описания «яблок детства» и «пришвинских яблок», представленные в тексте:

<i>яблоки детства</i>	<i>яблоки в доме Пришвина</i>
дикие, мелкие, как грецкие орехи	каждое величиной с хороший кулак
кислые, вкус их был таков, что меня до сих пор передегивает всего от затылка до пят	свежие, сочные, капельки воды на кожуре блестели, как утренняя роса

Здесь необходимо обратить внимание школьников на восходящую градацию и анафору, которые использует автор в описании пришвинских яблок, чтобы передать свое эмоциональное состояние:

– «любое могло бы сойти за то самое, наливное, из старых сказок, которое подавалось только на серебряном блюдечке»;

– «из-за любого могла бы впасть в долгий сон царевна-красавица со всем своим многонаселенным царством»;

– «любое может ввести в грех или стать причиной раздора».

Это художественное усиление требуется автору, чтобы потом сокрушить: «А он их ненавидит. Как можно ненавидеть такие яблоки?»

Такое построение первой и второй частей, когда можно наблюдать своеобразный параллелизм (и в той, и в другой части описываются яблоки, и в той, и в другой части передается восторженное отношение автора к яблокам, и та, и другая часть заканчивается авторским недоумением и даже возмущением: «А он (Пришвин) ненавидит яблоки!»), создает особую ритмику всего текста.

Важна третья часть, где по-житейски просто автор объясняет причину нелюбви Пришвина к яблокам – врачами были строжайше предписанные дни с яблочной диетой. Автор приходит к Пришвину именно в эти дни, и, описывая атмосферу, Яшин как будто даже сгущает краски:

- «все в доме ели только яблоки»;
- «яблочный запах стоит даже в кабинете Пришвина»;
- «стариковский румянец Михаила Михайловича с красными прожилками тоже заставляет думать о яблоках»;
- «предлагает гостям отведать яблок».

Далее предлагаем ученикам поразмышлять над вопросами:

- мог бы на этом текст быть завершен?
- а если он не завершен, то какова роль последней части?

Ученики рассуждают о том, что композиционно текст мог бы завершиться на третьей части. И это, без сомнения, была бы очень трогательная миниатюра, создающая еще один штрих к портрету М. М. Пришвина. Но автор считает, что этот штрих будет неполным без завершающей части.

Становится понятным, что накал последнего фрагмента достигается только за счет предваряющих его трех частей. Ведь и описание яблок, и рассказ о своем восторженном отношении к яблокам, и недоумение по поводу нелюбви Пришвина – все это подготовило завершающую часть текста. Замечаем, что именно такое композиционное расположение делает эту миниатюру близкой к притче. Как известно, основной смысл притчи разворачивается тогда, когда история рассказана, и далее начинается осмысление. Подобное находим и в этом тексте.

Последняя часть текста, которую по аналогии с притчевой композицией можно назвать моралью, представляет собой диалог Яшина и Пришвина. В этот диалог вовлечен и читатель.

Раскроем с учениками символический, обобщающий смысл диалога, в котором встретились две точки зрения, два мироощущения, два миропонимания: с одной стороны, юношеский максимализм («безусый праведник»), и диалектика жизненной мудрости, с другой стороны.

Толчком для этого диалога явилась реплика Яшина, символизирующая молодецкую задиристость, категоричность: «А я люблю яблоки! Очень люблю».

Примечательно и то, что в этом фрагменте появляется форма имени Пришвина – Михайло Михайлович, что несколько отстраняет от самого Пришвина и также вносит собирательность и обобщенность в завершающую часть текста.

Вопреки ожиданиям Яшина услышать что-то особенное в ответ на свою реплику Пришвин говорит очень просто: «Я тоже любил, пока они не стали для меня обязательными».

И в такой простоте также узнается стилистика притчи, в которой о самых сложных философских понятиях говорится очень доступно, просто. В этом и сила притчи как жанра: в простоте кроется необыкновенная глубина мысли.

Казалось бы, все сказано и автор получил ответ на вопрос, почему Пришвин не любит яблоки. Но диалог продолжается.

Интересно с учениками понаблюдать дальнейшее речевое поведение участников диалога. Автор щеголяет своею «праведностью» («в ту пору я любил спорить...») и пытается дальше подзадорить Пришвина. Он напомнил Михаилу Михайловичу насчет «осознанной необходимости», дескать, с этой точки зрения все обязательное перестает быть тягостным. Но Пришвин и на это отвечает очень просто:

– Есть люди, любящие природу, перелески, луга, любящие жить в лесу. Но если такому человеку сказать, что он должен жить в лесу, – он сочтет это за высылку, и приятная жизнь в лесу станет для него наказанием.

Молодой собеседник продолжает возражать: «Да, но...».

Мудрый Пришвин останавливает его:

– Кушайте яблоки. Старость – ведь тоже осознанная необходимость. Но когда вы состаритесь, вы поймете, что не со всякой необходимостью человек мирится охотно и легко. Кушайте яблоки, пожалуйста!

Урок диалектики – от Михаила Михайловича Пришвина. И поэтому приглашение «кушайте яблоки, пожалуйста» в контексте этого диалога читается, примерно так: «живите, пока вы молоды», «радуйтесь жизни, пожалуйста, пока не пришла осознанная необходимость».

В контексте подобных рассуждений небезынтересно прокомментировать и «образ» самих яблок. Ведь не случайно автор, описывая красоту яблок, использует аллюзии, отсылая читателя к старым сказкам («наливное яблоко на серебряном блюдецке»), к библейским и мифологическим сюжетам («любое может ввести в грех или стать причиной раздора»), где яблоко – символ искушения, наслаждения. И тогда с большей очевидностью проясняется восторг по отношению к яблокам с позиции молодости и нелюбовь к яблокам – с позиции старости. Разгадывание таких смыслов – это прочтение притчи. Ведь особенность притчи как жанра в этом и заключается – «придавать глубинное измерение тексту, связывать воедино различные смысловые пласты» [1, 57]

Притча, действительно, должна быть разгадана, чтобы в простоте увидеть глубину. Это творческая, интеллектуальная задача, и она может увлечь школьников. Безусловно, к этому добавляется и присущий притче воспитательный потенциал, очень важный для постижения таких текстов подростками.

## Литература

1. Бальбуров Э. А., Бологова М. А. Притча в литературно-критическом и философском сознании XX – начала XXI веков // Критика и семиотика.

166 | 2011. Вып. 15. С. 43–59 // philology.nsc.ru»Критика и семиотика»Журнал Критика и семиотика

2. Качалкина Ю. Ойкумена сердца // Дружба народов. 2003. № 12. С. 194. // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2003/12/kachalkin.html>.

3. Михайлов А. А. Александр Яшин. – М.: «Советская Россия», 1975. 118 с.

4. Оботуров В. А. Сквозь магический кристалл. Поэзия Вологодского края второй половины XX века в ее вершинах. Вологда: ИНП «ФЕСТ», 2010. 248 с.

5. Яшин А. Я. Избранные произведения: в 2-х томах / А. Яшин. Т. 2. М.: Художественная литература, 1972. 302 с.

*T. G. Ovsyannikova*

**“ETERNAL THOUGHT ABOUT THE MEANING OF LIFE»  
IN MODERN MEDIA CULTURE**

*Annotation.* The article considers the relevance of the parable genre in the modern culture. Recently, there has been an increased interest in this genre. In the school practice of teaching rhetoric, the parable has already been the subject of discussion. In order to comprehend the wisdom of dialogue, the author of the article suggests analyzing A. Yashin’s literary works, in which some features of the parable genre could be found.

*Keywords:* modern culture, parable, literary text, understanding the meaning.

## СОСТОЯНИЕ РИТОРИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ В СВЕТЕ НОВЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Аннотация.* Статья посвящена основным направлениям работы по выявлению речевых и ораторских способностей у современной молодежи, лоцированию одаренных обучающихся с помощью информационных технологий и эффективных методических приемов по овладению ими качественных риторических знаний.

*Ключевые слова:* речь, язык, риторика, обучающиеся, одаренность.

**Ф**актическая победа искусственного интеллекта вывела современную медиариторику на новые рубежи развития цивилизации, поэтому она становится в последние годы важнейшим инструментом массовой коммуникации. Решающим шагом для эпохи глобализации было начало производства техники, умеющей действовать как человек: понимать, думать, учить, демонстрировать, объяснять и помогать с советами. Однако даже при всевозможных метаморфозах медиасреды, ее основной миссией всегда было уважение аудитории, поэтому в мире останется востребованной достоверная и качественная медиариторика.

В свете того, что понимание согласованной международной диалогизации [1] остается важной задачей для поколений нового тысячелетия, в каждом учебном заведении необходимо формировать и развивать применяемое затем в социуме искусство действенной, обоснованной, живой, но в то же время стилистически выверенной речи в письменной и устной форме.

Цель данной статьи – дать представление о способах выявления у обучающихся коммуникационной эффективности, наклонностей к ораторскому искусству и риторике, проанализировав полученные результаты по видам деятельности и по группам учебной подготовки, а также рассказать о методах проектирования риторического обучения в свете развития современных информационных технологий. В качестве примера мы используем Московскую электронную школу (МЭШ), а также программы по работе с одаренными детьми.

Исходя из важности русского языка и литературы в плане становления личности каждого российского подростка, его всесторонней и универсальной

168 | культуры, первостепенной ценностной ориентации – заинтересованностью родным языком, формирование лингвистической компетенции разумно рассматривать не только неперенным и нужным фактором овладения речевой деятельностью, но и инструментом языкового развития, совершенствования лингвистического кругозора обучающихся, познания ими языка как специфической знаковой системы и общественного явления, что в итоге воспитывает языковую индивидуальность.

Это стало актуальным особенно в эпоху всеобщей погруженности в виртуальное пространство, так как реализация языковой, лингвистической и коммуникативной компетенций – одинаково необходимы в преподавании русского языка и литературы. В доказательство можно привести высказывание Л.С. Выготского: «Оратор часто в течение нескольких минут развивает одну и ту же мысль. Эта мысль содержится в его уме как целое, а отнюдь не возникает постепенно, отдельными единицами, как развивается его речь» [2: 498–508].

С максимальным применением тактичности, так как в систему среднего профессионального образования (СПО) приходят молодые люди с разным уровнем подготовки и развития, предпочтительно на первых же уроках вовлечение обучающихся в диалог, помня, что умение его вести в широком смысле слова является показателем общей культуры личности и рационального сознания вообще.

Диагностика способности конструировать речь в зависимости от цели высказывания, аргументировать и доказывать свою позицию сразу же выявляет студентов с высоким этическим и эстетическим опытом, чувством стиля, развитым художественным вкусом и личностной ответственностью за выполняемые действия. Таким образом, на основе анализа речевой деятельности семидесяти пяти студентов они были условно разделены на четыре категории обучающихся:





Категория 1 – одаренные и способные.

Категория 2 – способные и высокомотивированные.

Категория 3 – мотивированные, но со средним количеством знаний, нуждающиеся в отработке тематических коммуникативных ситуаций единоречия в рамках программного предметного содержания.

Категория 4 (неустойчивая варьирующаяся категория) – обучающиеся переходного типа, активно вовлекающиеся в учебный процесс только после использования игровых техник и информационных технологий.

Учитывались следующие показатели (см. диаграмму):

Ряд 1 – процесс выражения собственных мыслей и пересказ суждений других обучающихся сосредоточен на форме речи.

Ряд 2 – процесс выражения собственных мыслей и пересказ суждений других обучающихся сосредоточен на смысле речи.

Ряд 3 – процесс выражения собственных мыслей и пересказ суждений других обучающихся происходит спонтанно и качественно.

Как мы выяснили, больше половины обучающихся, вне зависимости от полученных ранее умений качественно произносить речь, нуждаются в использовании игровых техник и передовых информационных технологий.

В результате проделанного исследования, в целях реализации качественного учебного процесса с обучающимися, были поставлены определенные задачи:

1. Привить навык вдумчивого чтения текста.
2. Развивать способность осмысливания задания, обращая особое внимание на выделяемые элементы содержания.
3. Научить создавать план текста, а затем речевого высказывания, вызывая интерес к ограничителям – пунктам плана.
4. Отрабатывать умение строить изложение мыслей в соответствии с данным планом.
5. Учить соблюдать временные рамки речи, учитывая объем монолога.
6. Приучить не пользоваться одними и теми же идеями в разных пунктах плана.
7. Предлагать при планировании ответа сначала продумать ключевые слова и фразы каждого пункта.
8. Объяснять необходимость раскрывать содержание каждого пункта более чем в одном предложении.
9. Рекомендовать не давать избыточную информацию, которая не обозначена в плане.
10. Анализировать языковые средства оформления монологического высказывания.
11. Просить самостоятельно оценивать свои и ответы других студентов, объясняя свою позицию.

В последние годы во всем мире намечилось доминирование компьютерных и других информационно-цифровых технологий во всех сферах человеческой

170 | деятельности. Теперь это все более актуально и для образования. Например, для создания в интернете отдельных платформ, позволяющих получить доступ к необходимой литературе и быстро обменяться информацией, или, если речь идет об обработке естественных языков, распознавания рукописного текста и даже речи. Причем визуализация образовательных процессов дает явные преимущества, потому что воспроизводит комбинацию графических элементов и повествования. Таким образом, это в одно и то же время – и предоставление информации, и интерпретация реальности для передачи идеи.

Интересны работы нейролингвистов в этой области. Вспомним нашумевшую историю с геном FOXP2, когда ученые фактически хотели обосновать врожденную неспособность к грамотной речи у определенного процента живущих в наше время людей. У нашей соотечественницы О.А. Усковой, президента Национальной ассоциации инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ), свое особое мнение, которое она высказала в передаче В. В. Познера. Ольга Анатольевна считает, что гуманитарные науки необходимо развивать, потому что они несут в себе морально-нравственные паттерны, неподвластные роботам и машинам. Она, в свою очередь, ссылается на работы Т.В. Черниговской, заслуженного деятеля науки РФ: «Может ли компьютер моделировать юмор? Скорее да, чем нет» [3: 63–75]. Исследователь считает, что человеческая речь качественно отличается от какой-либо другой знаковой системы других живых организмов, потому что ей присуща особая форма сознания.

Как же эти идеи можно использовать на практике? Рассмотрим это на примере Московской электронной школы» (МЭШ). МЭШ – это облачная интернет-платформа, содержащая все необходимые образовательные материалы, инструменты для их создания и редактирования, а также конструктор цифровой основной образовательной программы. Благодаря специальным цифровым конструкторам из материалов электронной библиотеки учителя Москвы создают сценарии уроков, «народные» учебники, самоучители, тесты, которыми пользуются учащиеся на уроке, при подготовке проектных работ в школе, в ходе самостоятельной работы» [4].

В результате проделанного исследования, в целях выявления инструментов развития речевых способностей обучающихся и особо одаренных к риторическому обучению были поставлены следующие задачи:

группе 4 – упражняться в описании иллюстраций, репродукций, фотографий, используя передовые информационные технологии, а конкретно МЭШ;

группе 3 – прорабатывать основные стратегии описания, сообщения, рассуждения и показывать, как их использовать при раскрытии проблемы произведения, используя примеры из МЭШ.

группе 2 – показывать на примерах текстов, как давать развернутую аргументацию, используя технологии МЭШ;

группе 1 – начать записывать созданные монологи на цифровой носитель, совместно их анализировать, стимулируя к участию во всевозможных конкурсах и других творческих риторических состязаниях.



В процессе создания речи обучающиеся могут применять компьютерные технологии, создавая подборку сопутствующих врезок: цифр, цитат, тематических справок, а при необходимости пользоваться инфографикой, что будет помогать им в овладении риторическими навыками.

Небольшой процент студентов имеет предрасположенность к ораторскому искусству от природы. Они с удовольствием работают с текстами, с энтузиазмом создают собственные, активно вовлекаются в творческий процесс, учитывая рекомендации преподавателя, потому что, как говорит профессор В. И. Аннушкин: «Интерес к изучению риторики во многом объясняется тем, что вопросы практического владения речью в новом информационном обществе вышли едва ли не на первый план. Все говорят о том, что хорошая и убедительная речь есть инструмент карьеры, успеха, движения вперед, а коммуникативные технологии общения (некий аналог прежней риторики) становится знаменем новых методов обучения» [5: 4].

### Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», II. Россия в современном информационном обществе. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_216363/810878636eb5913bfc301b73ef07ab51a02362cb/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/810878636eb5913bfc301b73ef07ab51a02362cb/).

- 172 | 2. Выготский Л.С. Мышление и речь. М.: АСТ, 2008. 668 с.
3. Черниговская Т.В. Язык. Мозг и компьютерная метафора. – Журнал «Человек», 2007, № 2. С. 63–75.
4. [http://mes.mosmetod.ru/?post\\_type=mes\\_about](http://mes.mosmetod.ru/?post_type=mes_about).
5. Аннушкин В.И. Риторика. Экспресс-курс: Учебное пособие. М.: Флинта, 2019. 224 с.

*N.V. Ponomareva*

**THE STATUS OF RHETORICAL TRAINING AT SCHOOL  
IN THE VISION OF NEW COMPUTER TECHNOLOGIES**

*Annotation.* The article is devoted to the main areas of work to identify speech and oratorical abilities of modern youth, to quit gifted students with the help of information technologies and effective methodical techniques for mastering their qualitative rhetorical knowledge.

*Keywords:* speech, language, rhetoric, students, talent.

## НОВОСТНОЙ ЗАГОЛОВОК В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ СМИ: ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

*Аннотация.* Статья посвящена анализу новостных заголовков интернет-СМИ с точки зрения теории речевых актов. Проанализировав заголовки статей на одну тему, автор определяет их тип в соответствии с классификацией речевых актов Д. Остина и Д. Серля и выявляет их рейтинг, который возглавили (по числу просмотров) заголовки-директивы, декларации, вердиктивы и рогативы. Использование данных теории речевых актов и отслеживание рейтинга востребованности заголовков интернет-изданий поможет в условиях жесткой борьбы интернет-СМИ за аудиторию создавать заголовочные высказывания, привлекающие большее количество читателей.

*Ключевые слова:* теория речевых актов, заголовок, новости, интернет-СМИ, прагмалингвистика.

Заголовки интернет-СМИ отличаются от газетных заголовков, это становится заметно даже при поверхностном сравнении. Язык сетевых СМИ почти не использует выразительные средства, переходя на инфостиль, в котором внимание уделяется в первую очередь лексико-грамматическим единицам, наиболее точно доносящим до читателя информацию. О значимости заголовков в цифровом пространстве СМИ говорит сайт «Заголовки.ру» (<http://www.zagolovki.ru/>) с подзаголовком «Что читать в печатных СМИ», который вводит печатные издания в медиасферу через заголовки в изданиях.

Цифровизация СМИ повлияла не только на современный журналистский текст, но и на его заголовок. Востребованность статьи теперь зависит не от игры слов автора и умение работать с подтекстом, а от оптимизации – структурирования текста в соответствии с требованиями поисковых систем для улучшения показателя его выдачи читателю. Главная задача интернет-журналиста – попасть в топ, т.е. первые 5–7 ссылок, выдаваемых поисковой системой и количество просмотров, определяющие результат его произведения. Журналисту необходимо не только хорошо написать текст, но и внедрить в него нужные для поисковиков слова. Поскольку заголовок текста – самый

174 | главный его элемент, то продуцированию его уделяется особое внимание. Новостной заголовок требует специальных умений, в процессе его создания необходимо учесть его прагматические функции и привлечь наиболее действенные механизмы конструирования короткого (до 7 слов) текста. Но почему одни заголовки привлекают внимание больше, а другие меньше?

Чтобы ответить на этот вопрос, мы решили проанализировать заголовки с точки зрения теории речевых актов, применив классификации философов языка и прагматиков Дж. Остина и Дж. Серля. Первый выделил пять разновидностей речевых актов: вердиктивы (от вердикт – приговор), рогативы (вопросы), комиссивы (обещания), экспозитивы (акты-объяснения, аргументации) [3: 86]. Второй выделил большее количество критериев: репрезентативы или ассертивы (сообщения об истинном положении дел и их оценка), директивы (побуждения адресата к определенным действиям), комиссивы (сообщения о принятых на себя обязательствах), экспрессивы (выражение определенной психической позиции по отношению к какому-либо положению дел), декларации (установления каких-либо новых положений дел) [5: 144].

Выбрав в качестве темы инаугурацию президента США Д. Трампа, мы проанализировали около 500 новостных заголовков пяти интернет-СМИ – РИА новости (ria.ru), Иносми.ru (inosmi.ru), Мировое обозрение (tehnovar.ru), LIFE.ru, Politikus.ru – за январь-февраль 2017 года с количеством просмотров статьи, превышающим 500, что должно свидетельствовать о высоком рейтинге заголовка. В результате были выявлены наиболее распространенные виды заголовков, используемых в современных интернет-изданиях. Приведем примеры трех заголовков по каждому виду речевого акта с указанием количества просмотров статей.

1. Вердиктивы: Трамп не может быть президентом (Иносми.ру, 13725 просмотров); Первые шаги президента Трампа, или Ликвидация наследия Обамы (Politikus.ru, 15900 просмотров), Цель санкций — мешать России развиваться — не достигнута (Life.ru, 3013 просмотров).

2. Экспрессивы: Трамп поразил всех (Иносми.ру, 7323 просмотра); Ядерный диалог с Трампом (Life, 3924 просмотра); Американист: ладно Клинтон поддержала протесты против Трампа, но Обама... (РИА новости, 15000 просмотров).

3. Комиссивы. Клинтон пообещала России участь Ливии (Мировое обозрение, 634 просмотра); Трамп заявил, что сдержит столько предвыборных обещаний, сколько сможет (Life, 6010 просмотров); Трамп откроет новую эру для финансовых рынков (Иносми.ру, 2170 просмотра).

4. Репрезентативы (сообщения о положении дел без оценки): Трамп встретится с президентом Мексики 31 января (РИА новости, 1388 просмотров); Порошенко и Трамп договорились по телефону о встрече (Мировое обозрение, 567 просмотров); Представители штаба Трампа прибыли в Госдеп для передачи дел (Мировое обозрение, 353 просмотра);

5. Декларации (сообщения о новом положении дел, содержащие оценочный подтекст): Трамп приступает к размораживанию отношений с Путиным (Иносми.ру, 6430 просмотров); В Белом доме назвали первое условие для снятия санкций с России (Life, 57418 просмотров); Первая спецоперация США при Трампе провалилась (Мировое обозрение, 550 просмотров);

6. Рогативы: Как сильно Трампу нравится Путин? (Иносми.ру, 4129 просмотров); Победа Трампа. Как изменятся отношения России и США? (Politikus, 9072 просмотра); О чем будут говорить Путин и Трамп? (Мировое обозрение, 511 просмотров).

7. Директивы: Торговая война нам не нужна (Иносми.ру, 5000 просмотров); Жириновский призвал прекратить критиковать Трампа: «Будем дружить!» (Politikus, 2324 просмотров); С Путиным необходимо взаимодействовать (Life, 6503 просмотров).

Анализ новостных заголовков интернет-СМИ с позиций теории речевых актов показал, что журналисты используют примерно один набор прагматических формул в создании заголовочных высказываний: вердиктивы (сообщение о том, что произойдет в будущем), экспрессивы (оценка событий), комиссивы (обещания), репрезентативы (сообщение информации), декларативы (сообщения о новом положении дел), рогативы (вопросы), директивы (призывы к действию).

Некоторые издания исключают из своих заголовков отдельные речевые формулы, например, рогативы, экспрессивы или директивы. Многие издания не придерживаются агрессивных заголовков и преподносят их в более мягкой форме. Для экспрессивов и вердиктивов используются чаще всего цитаты, что смягчает ответственность журналиста за высказанное мнение. С одной стороны, это хорошо для поддержания имиджа СМИ, с другой – таким заголовкам не хватает экспрессии для возбуждения внимания аудитории.

Выбрав из проанализированных СМИ равное количество заглавий по классификации прагматических средств в заголовках, мы посчитали рейтинг эффективности заголовочных прагмавысказываний, основываясь на процентном соотношении их просмотров (результаты этого рейтинга опубликованы в [2]). Рейтинг возглавили директивы, декларации, вердиктивы, рогативы. Остальные типы заглавий, безусловно, присутствуют в новостных изданиях, ведь для получения информации о происходящем читатель и открывает новостные рубрики интернет-СМИ. Обычные повествования читателя интернет-новостей привлекают меньше, возможно, потому что интернет-новость требует краткости изложения и более подробный рассказ о событии в видеорядом предлагается телевидением. Точки зрения ученых о том, что заголовок упрощается и требует максимальной информативности [1; 4], подтвердились нашим рейтингом, где декларации заняли второе место. Но наиболее привлекательными читателям показались заголовки-директивы,

176 собравшие максимальное количество просмотров. Так что если автор поставит задачей призыв к действию, то интернет-издание может за короткие сроки достичь цели привлечения внимания у максимального количества аудитории. Также необходимо отметить, что количество просмотров зависит от прагматических установок интернет-новостей: наибольшее число имеют директивы и декларации, наименьшее – репрезентативы. Следовательно, прагматические средства в заголовках играют большую роль в востребованности новостных материалов.

Изучение прагматики новостного заголовка с привлечением данных исследований теории речевых актов и прагмалингвистики сможет помочь интернет-журналистам в продуцировании заголовочных высказываний, привлекающих наибольшее количество сетевых читателей.

### Литература

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика. М.: Аспект Пресс, 2012. 142 с.
2. Ковалевская В. С. Прагматика новостного заголовка на примере интернет-СМИ // Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 8 (19) [Электронный ресурс] URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/8\(19\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/8(19).pdf) (дата обращения: 08.12.2018).
3. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986. С. 22–130.
4. Плаксина Е. Б., Кусова М. Л. Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков (на материале российской и французской прессы) // Политическая лингвистика. 2011. № 4. С. 117–120.
5. Серль Дж. Р. Основные понятия исчисления речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 18. Логический анализ естественного языка. М.: Прогресс, 1986. С. 242–264.

*V. Yu. Prokofeva*

### NEWS HEADLINE IN DIGITAL SPACE MEDIA: PRAGMALINGUISTIC OPPORTUNITIES

*Annotation.* This article contains the analysis of news headlines of Internet media from the point of view of the theory of speech acts. After analyzing the titles of articles on one topic, the author determines their type in accordance with D. Austin and D. Searle's classification of speech acts and identifies their rating, which was headed (by the number of views) by directive headlines, declarations, verdicts and rogatives. Using the data of the theory of speech acts and tracking the rating of the relevance of the titles of Internet publications will help to create headline statements that attract more readers in the conditions of the tough struggle of the Internet media for the audience.

*Keywords:* speech theory, headline, news, online media, pragmalinguistics.



профессор кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского  
Саратов, Россия

## НУЖНА ЛИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ РИТОРИКА?

*Аннотация.* В статье кратко рассмотрена судьба риторики в СССР и современной России, доказывается необходимость ее знания, и делается вывод о вреде антириторического поведения участников популярных ток-шоу современного телевидения.

*Ключевые слова:* риторика, эффективность коммуникации, вред реактивных реакций в Интернете.

Риторика – одна из самых древних наук, зародившаяся чуть ли не раньше письменности как абсолютно необходимая для любого сообщества (в виде определенного поведения, видимо, даже у стайных животных). Хорошо известен расцвет риторики в Древней Греции и в европейской неориторике. Характерно, что в первые годы после революции 1917 г. был создан Институт красной профессуры, и (по словам его выпускника, впоследствии профессора-литературоведа Куйбышевского пединститута) в ней активно практиковалась риторика. Но потом она была объявлена в философских словарях лженаукой, буржуазным лицемерием. Однако под термином *ораторское искусство* на деле присутствовала в специальных его курсах, издавалась в брошюрах ЦК КПСС и обществом «Знание» о речи лектора [1, 2, 3, 4], монографиях и учебных пособиях, хрестоматиях русского красноречия [5, 6, 7].

К концу существования СССР риторика вернула себе все права называться именно риторикой, и начался риторический бум. Риторика была введена в школьное и вузовское преподавание, создавались даже пособия по риторике для начальных классов. Наиболее известны учебные пособия А.К. Михальской [8], Н.Н. Кохтева, Т.А. Ладыженской. Проводились конференции (в Саратове, Красноярске, Москве), была создана и риторическая ассоциация, в руководстве которой изначально играл огромную роль Владимир Иванович Аннушкин – ныне ее бессменный руководитель и автор известных книг по истории русской риторики. Издается огромное количество монографий и учебных пособий для вузов [9–14].

Затем, несмотря на проводимые риторические конференции (сегодняшняя уже 22-я), она начала исчезать из учебных планов вузов и школ, советский

178 | штамп – это одна риторика, распространившийся в период, когда риторика считалась буржуазным лицемерием, снова начал звучать в своем негативном значении. А современные СМИ, особенно в популярных политических ток-шоу на многих каналах превратились в наглядные примеры антириторичности: «Время покажет» (Первый канал), «60 минут» (Россия 1), «Право голоса» (ТВЦ), немногим отличаются в лучшую сторону «Место встречи» (НТВ), «Право знать» (ТВЦ), «Агора» (Россия К). Даже еще недавно служившая примером риторической дискуссии передача «Что делать?» (Россия К) начала сдавать принципы риторического спора, в полемическом задоре в ней начали допускать одновременное говорение. Фактически примером речевого поведения в публичной дискуссии осталась только «Большая игра» на 1 канале, но из-за позднего размещения в сетке телевизионного эфира (в Саратовской, Волгоградской и Астраханской областях она в ноябре начиналась в половине второго, т. е. уже ночью) и совпадения с более развлекательными передачами на других каналах она уступает в своей популярности другим ток-шоу, уже ставшим привычными и привлекающими именно своими скандалами.

Мой многолетний опыт мониторинга речи и общения с людьми не очень высокой речевой культуры доказывает, что СМИ играли и продолжают играть очень большую роль не только в манипуляции общественным сознанием, но влияют и на речь людей (на максимально мягкое замечание типа *Не говорите квартал* отвечают *А я по радио слышала так*). И, конечно, в значительной степени определяют речевое поведение людей: не только отступлениями от норм в ударении, словоупотреблении и построении фраз, но (возможно, прежде всего) влияет и само речевое поведение участников ток-шоу.

Слово *риторика* стало сопровождаться или даже заменяться словами *культура речи / общения*, или даже совсем исчезать из заглавий книг, даже если по сути речь в них идет именно о риторике [15, 16], хотя в некоторых изданиях все еще обозначено [17].

Дискуссия – публичный спор в поисках истины, современные ток-шоу превратились не просто в полемику, т.е. не столько поиск истины, сколько низвержение оппонента, что риторически недопустимо. Успешная (эффективная) коммуникация в полемике невозможна. Поэтому популярные ток-шоу на современном телевидении антириторичны и как и «сидение» в социальных сетях Интернета приносят большой вред людям (см. передачу «Агора» на канале «Россия К» (12.11.2018).

Одна из максим Грайса – максимальное уважение к адресату, а что мы слышим в ток-шоу? *Помолчи, я тебя не перебивал*; этот переход на *ты* – выражение явного неуважения. Еще большее неуважение не только к чужому мнению, пусть даже иногда просто возмутительному, но и к основному адресату – телезрителям, когда все (увы, в том числе иногда и ведущий ток-шоу), одновременно кричат, так что ничего нельзя понять. А иногда

(это специально показывают на некоторых наших каналах) дело доходит до прямых оскорблений и драк даже у нас.

Сейчас пальма первенства влияния на массы перешла от телевидения к социальным сетям Интернета. Несмотря на все попытки законодательных ограничений соцсети, насмотревшись на антириторическое речевое поведение людей на экране ТВ и компьютера / современного гаджета, человек не думает ни о законодательных запретах, ни об элементарных приличиях. Он убежден, что в Интернете можно все, в том числе использование даже не только уже общепринятых реактивных знаков, но и индивидуальных [18]. Выработанная практика не обдумываемой, а эмоциональной реакции на что-либо тоже влияет и на речевое поведение не только в Интернете, а и в реальном публичном общении (ток-шоу как правило идет в присутствии публики и заведомо рассчитано на массовое восприятие).

Нормы риторики помогают достижению эффективной коммуникации, т.е. цели ее замысла. Отсюда в ней все подчинено именно донесению до адресата своего замысла: от инвенции – продумывания выражения этого замысла; элокуции – реализации задуманного при необходимой для этого полноте изложения (опять-таки одна из максим Грайса) и максимальной заботе об адресате и выражении доброжелательности к нему, чтобы всплеск эмоций не отвлекал адресата от смысла задуманного адресантом.

Пренебрежение хотя бы одним из этих требований ведет к неэффективности коммуникации. Отсутствие необходимой полноты высказывания приводит к непониманию. Яркий пример из жизни: когда в советский период в Саратове ни за какие деньги нельзя было купить гречку, муж, будучи в командировке, позвонил жене: *Здесь есть гречка. Сколько купить?* Жена эмоционально ответила: *Сколько можно!* Муж не привез: *Ты же сказала сколько можно покупать.*

При отсутствии у адресанта доброжелательности адресат так возмущается этим, что уже просто не способен понимать сказанное и, в свою очередь, думать об ответе. Привычка не думать, а только эмоционально реагировать, в том числе даже не словами, а разного рода интернет-знаками очень вредит эффективности словесной коммуникации.

Фактическое, хотя и явно противоречащее самому понятию СМИ (средства массовой информации) или *медиа* (посредник между автором и адресатом), отсутствие уважения к адресату наблюдается и в злоупотреблении в СМИ и Интернете терминами и англицизмами без их объяснения. Как говорит одна из моих коллег, читать газеты без знания английского языка уже невозможно, тем более в тех случаях, когда в их написании практикуется ориентация на произношение, а не транслитерацию, что мешает обращению к англо-русским словарям. Отсюда вопросы в радиопередачу «Служба русского языка» о значении слова *консалтинг* при уже давно адаптированной в русском

180 | языке и всем уже понятной *консультации*, а как найти в словаре, не зная его написания в английском языке, буквально за несколько дней осени 2018 г. заполонившее все СМИ слово *хайп*. Искали *hire*, а оно *hype* – искусственно созданная шумиха.

Риторика нужна всегда и всем, особенно для журналистов, а везде ли, где их готовят, есть теперь этот курс? Сейчас самостоятельного курса «Риторика» на отделении журналистики в СГУ уже нет (раньше в специалитете был, а из бакалавриата исчез, хотя, например, у физиков сохранен), но я, читая курс «Язык СМИ», конечно, говорю о необходимой для журналистов риторической компетентности.

Отсутствие риторических знаний очень вредит нормальному существованию российского общества, тем более эффективности работы журналистов. Риторика нужна всем и всегда, это те компетенции, без которых нормальная жизнь любого сообщества невозможна.

### Литература

1. Полищук Г.Г. Единство национального и эмоционального в языке лектора // Вопросы лекционной пропаганды. М., 1978, вып. 4.
2. Полищук Г.Г. Язык публичных выступлений // Знания – народу. М., 1981, вып. 4.
3. Полищук Г.Г. Язык устных выступлений // Вопросы лекционной пропаганды. М., 1981, вып. 6.
4. Полищук Г.Г. Приемы научно-популярного изложения в лекции. М., 1983.
5. Апресян Г.З. Ораторское искусство. М., 1972.
6. Ножин Е.А. Основы советского ораторского искусства. М., 1973.
7. Об ораторском искусстве: сборник, изд. 4-е. М., 1973.
8. Михальская А.К. Основы риторики: мысль и слово. Учебное пособие для 10–11 классов. М., 1996.
9. Михальская А.К. Педагогическая риторика: история и теория. М., 1998.
10. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. М., 1996.
11. Смелкова З.С., Салькова Л.В., Зюкина З.С. и др. Педагогическая риторика. М., 2001.
12. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М., 1997.
13. Зарецкая Е.Н. Риторика: теория и практика речевого общения. М., 1998.
14. Далецкий Ч. Риторика. Заговори, и я скажу, кто ты. Учебное пособие. М., 2003.
15. Егилес А. Лабиринты общения, или как научиться ладить с людьми. М., 2003.
16. Ламмерман Х. Уроки риторики и дебатов. М., 2002.

17. Копнина Г.А. Риторические приемы современного русского литературного языка: опыт системного описания. М.: Флинта, 2012.

18. Елина Е.Г., Фризен М.А. «Новая грамотность», «новая неграмотность» и речевые жанры / Жанры речи. Саратов, 2018. № 3(19).

*O.B. Sirotina*

**DOES MODERN RUSSIA NEED RHETORIC?**

*Annotation.* The article offers a brief consideration of the destiny of rhetoric in the Soviet Union and modern Russia, proves the necessity to know it. The author comes to the conclusion about the detrimental character of anti-rhetoric behavior of modern TV talk-show participants.

*Keywords:* rhetoric, communication efficiency, harm to reactive reactions on the Internet.

## КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН ТВ-КУЛЬТУРЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Аннотация.* В статье анализируется становление и развитие отечественных телекоммуникаций в области культуры, играющих все большую роль как в процессах удовлетворения потребностей в информации, так и в развитии общества в целом. В новом информационном пространстве складывается особый тип создания, распространения и хранения культуры как одного из самых динамичных компонентов цивилизации.

*Ключевые слова:* телекоммуникация, информационное общество, культурные ценности.

**Н**овые возможности для взаимовлияния и взаимного обогащения культур народов мира при сохранении их культурного многообразия, для становления демократических обществ открытого типа, для всемирного распространения передовых научных знаний способна открыть глобализация массовых коммуникаций, обусловленная объективными процессами в мировой экономике и в развитии современных коммуникационных систем.

Телекоммуникации играют все большую роль как в процессах удовлетворения потребностей в информации, так и в развитии общества в целом.

Телекоммуникационные и информационные услуги перешли в разряд услуг первой необходимости и претендуют войти в «потребительскую корзину», что говорит об их большой социальной значимости.

«Опираясь на коммуникативную роль искусства, телевидение интегрирует общество. Великие произведения и авторы принадлежат не странам, а человечеству независимо от их национальной принадлежности. В этом смысле культура примиряет людей и народы, содействуя их взаимопониманию, признанию» [1: 88]. Телевидение ориентирует зрителя в окружающем мире, не только информируя его, но и приобщая к художественным и нравственным обретениям человечества.

Заметным явлением в культурной жизни российского общества стало создание телеканала «Культура», который начал вещание с 01 ноября 1997 года без какой бы то ни было серьезной подготовки, так как с момента при-

нятия государственного решения об организации канала до начала его работы прошло всего два месяца. «Культура» – общероссийский государственный телеканал о культуре во всех ее аспектах. В эфире представлен широчайший спектр программ, посвященных различным направлениям культурной жизни – музыке, живописи, театру, литературе, кино и другим. Канал производит большое количество собственных программ и циклов, над которыми работают лучшие специалисты в тех или иных областях культуры. На канале отсутствует коммерческая телевизионная реклама. Источником его финансирования являются бюджетные средства, поступления от хозяйственной деятельности ВГТРК, в структуре которого образована главная редакция телеканала «Культура», и привлеченные средства. Художественные программы, телевизионные и театральные спектакли, концерты выдающихся музыкантов, передачи на исторические темы привлекли к себе и часть молодежной аудитории, для которых никогда не виденные культурные ценности стали открытием.

Перед телеканалом «Культура» стоят две вроде бы взаимоисключающие цели: «ориентироваться на высочайшие образцы искусства и иметь достойный рейтинг». Нормальным рейтингом был бы показатель 4–6 процентов потенциальной аудитории. По данным ФСТР, сегодня потенциальные зрители канала составляют примерно 96 миллионов человек.

Так на канале «Культура» или «Россия К» раскрывалась глубинная природа телевидения: не только информационно-коммуникативного канала связи – но канала живого, эмоционально окрашенного слова, сказанного на глазах миллионов телезрителей. Несколько слов скажем и о первой кнопке – первом канале вещания на территории Российской Федерации.

Первый канал сегодня является не только самым масштабным (программы Первого канала принимаются на территории, где проживает 98,8% населения страны), но и самым популярным телеканалом страны. Лидерство Первого канала убедительно подтверждают данные нескольких социологических служб, пользующихся разными методами измерения телеаудитории. По их данным, с сентября 1995 года и по настоящее время Первый канал является единоличным лидером в эфире – доля аудитории Первого канала больше, чем у основных конкурентов.

Первый канал ведет свою историю еще от «Первой программы ЦТ СССР», вышедшей в эфир с 1951 года, и является старейшим массовым телеканалом в России. В 1991 году Центральное телевидение было приватизировано и стало собственностью РГТРК «Останкино». В тот момент и был основан «Первый канал Останкино», существовавший до 1995 года. В 1995 году он был преобразован в «Первый Канал», в то время называвшийся «Общественное российское телевидение» (ОРТ).

02 сентября 2002 года телеканал стал называться ОАО «Первый канал», международная версия – ЗАО «Первый канал. Всемирная Сеть», компания

184 | по производству видеокассет, впоследствии DVD-дисков – «Первая видеокомпания», а лейбл – «Первый музыкальный лейбл» [3: 8].

Сегодня «Первый канал» представляет собой серьезную коммерческую компанию, заметим, именно коммерческую. Тем не менее, согласно официальной позиции, приоритетным для канала (официальная позиция) является сохранение и развитие традиций просветительских, интеллектуальных, культурологических программ и программ, относящихся к развлекательному вещанию, в том числе самого популярного жанра – кинопоказа, а также новостного, общественно-политического и аналитического телевидения.

ВГТРК «Россия» – телекомпания, ведущая свою историю с 13 мая 1991 года на основе канала «Телевизионной Службы Новостей», который, в свою очередь, был образован на базе Второй программы Гостелерадио СССР. Работает, также как и «Первый канал» в системе цвета SECAM, вещает из Москвы. Сегодня телеканал «Россия 1» – ведущий национальный канал, вещание которого покрывает практически всю территорию страны. Аудитория канала – 98,5 процента населения России и более 50 миллионов телезрителей в странах СНГ и Балтии. Международную версию «России 1» – канал «РТР-Планета» – смотрят жители Европы, Ближнего Востока, Северной Африки и США. Профессионализм менеджеров и журналистов «России 1» заслужили признание коллег-конкурентов: на первой церемонии вручения призов «ТЭФИ» в 1995 году, главная информационная программа телеканала – «Вести» – была признана лучшей на отечественном ТВ. С тех пор программы и новые проекты «России 1» ежегодно возглавляют списки лауреатов профессиональной телевизионной премии страны. Экранизация классических произведений русских писателей – «Идиота» Достоевского, «Мастера и Маргариты» Булгакова и «В круге первом» Солженицына собрали рекордную зрительскую аудиторию, сформировав новые высочайшие стандарты в области производства телефильмов.

СТС – российский федеральный телеканал, основанный 1 декабря 1996 года. Это первый российский сетевой канал, построенный по принципу партнерства с региональными телестанциями. Позиционирует себя как «классический развлекательный канал». Принадлежит крупнейшей российской независимой медийной компании «СТС Медиа», являющейся дочерней организацией шведского медиахолдинга «Modern Times Group».

В эфире канала большое количество фильмов, телесериалов, мультфильмов и развлекательных шоу. Целевая аудитория СТС: все от 6 до 54 лет. Охват российской аудитории на 2016 год составляет 96,6 %. Средняя доля аудитории СТС в 2014 году достигла 9,0 % (это 4-е место среди общенациональных каналов).

«Справедливости ради необходимо отметить, что современная отечественная культура богата действительной элитой, представители которой («звезды» первой величины) не нуждаются в постоянном поддержании



своего телеимиджа во имя удержания актуальной популярности. Все явления, отмеченные настоящим достоинством, вообще не нуждаются в подобной самопрезентации. Однако наша экранная культура именно в силу этих причин «задвигает» яркие творческие индивидуальности на задний план, отводя для показа их программ «не для всех» самое неудобное время: в 8 утра, например, или, наоборот, глубоко за полночь» [4: 123]. Например, на первом канале своего внимания заслуживает программа Гордона «Вечерний показ» или «Гордон Кихот», познавательная передача «Хочу знать». На втором канале исторические познавательные документальные передачи. На СТС запущен документальный проект команды Сергея Миронова, который будет выходить в эфир в 00:30. Остается только негодовать по поводу времени выхода документальных познавательных фильмов или передач.

Средства массовой информации моментально фиксируют стремительно меняющуюся картину окружающего мира подобно гигантскому зеркалу, которое отражает все вокруг, и отражение это меняется в зависимости от освещения. Хотя, возможно, правильнее было бы сравнить механизм медиотражения реальной жизни не с зеркалом, которое в конечном счете мало влияет на существо изображения, а с богатой техникой живописи, когда изображение предметов действительности целиком зависит как от индивидуальной манеры художника, его мироощущения, так и от особенностей того художественного направления, в котором данный художник работает.

Но между правом аудитории знать и долгом журналиста сообщать и показывать возникает ситуация выбора, а значит, необходимость принимать решения – этические, моральные, социальные.

Таким образом, новость прессы становится результатом практической, целенаправленной творческой деятельности тех, кто занимается продвижением новостей, их подбором. М. Маклюэн справедливо предупреждает, что восприятие новости как того, что появляется в печати, ведет к вовлечению человека в мир, искусственно созданный СМИ, к дезориентации в окружающем его реальном мире и неспособности принимать адекватные решения [2: 163].

В новом информационном пространстве складывается принципиально иной тип создания, распространения и хранения культуры как одного из самых динамичных компонентов цивилизации.

В постиндустриальном, информационном обществе все большее значение приобретает экранная культура, создаваемая на основе аудиовизуальной техники, соединения компьютера с видеотехникой и новейшими средствами связи.

Работа с новыми технологиями задает особый ритм и динамику повседневной жизни человека. Так вместо вербального способа постижения мира, играющего большую роль для всего человечества, начинает утверждаться аудиовизуальное познание. Сейчас приоритет в восприятии времени отдается настоящему, а точнее сиюминутному.

**Литература**

1. Гудина Т. М. Реформы в организации культуры (проблемы и перспективы) // Ориентиры культурной политики. 2001. № 6. С. 87–91.
2. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. 464 с.
3. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1973. 406 с.
4. Сиротина И. Л. Отечественный тип философствования в мемуарах русской интеллигенции от XIX к XXI веку. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2002. 256 с.

*К. В. Skvortsov*

**COMMUNICATION PHENOMENON OF TV-CULTURE IN  
INFORMATION-ORIENTED SOCIETY**

*Annotation.* Article analyzes formation and development of the domestic telecommunications in the field of culture, playing the increasing role both in processes of the satisfying requirements in information and in the social development in general . A special type of creation, distribution and storage of culture as one of the most dynamic components of civilization is being developed in new media landscape.

*Keywords:* telecommunication, information-oriented society, items of cultural value.

## РИТОРИЧЕСКИЙ КАНОН КАК ОСНОВА СОЗДАНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ

*Аннотация.* В статье рассмотрен процесс создания телевизионной рекламы с точки зрения риторического канона. Автор выявляет специфику действия адресанта рекламной речи на каждом этапе: инвенция, диспозиция, элокуция, мемория и акция. Статья содержит практические рекомендации для наиболее эффективного использования приемов и средств рекламы в телеиндустрии.

*Ключевые слова:* телевизионная реклама, риторический канон, риторические действия адресанта рекламной речи в телеиндустрии.

Коммуникативный процесс в профессиональной деятельности основывается на особых условиях и приемах речевого поведения. Они носят название речевых этапов или процедур. Условия протекания процесса речевого порождения основаны на экстралингвистических и лингвистических элементах: коммуниканты (автор и аудитория); время общения; место общения; характер отношений партнеров (адресанта – инициатора речи и адресата – реципиента); интенция (речевой замысел, цель высказывания); мотив (зачем организовано общение?).

Специалист в сфере кино и телевидения – профессия публичная. Его риторическая подготовка включает требования к точности формулировки мысли, яркости вербального и невербального (паралингвистического) оформления, единства мысли и слова. Указанные риторические требования сформировались у античных раторов. Авторы античных руководств по красноречию выработали особый механизм, предполагающий путь перевода речи мыслимой (внутренней) в речь высказанную (внешнюю). Такой механизм получил название риторического канона. Риторический канон – модель речевых действий, которая обеспечивает эффективное решение автором целей, определяя и раскрывая тему. Данная схема (модель) построения речевого произведения – основа создания любого устного или письменного текста: делового разговора (беседы), совещания, рекламы, интервью, публичного выступления, доклада, телефонных переговоров и т. д. Знание данной модели позволяет оратору оперативно и эффективно решать задачи создания и реализации высказывания. Основа современного риторического

188 | канона – античный риторический канон, который сохранился на огромном пространстве истории и проверен веками.

Схема риторических действий имеет пятичастное деление:

Инвенция (*inventio* – «изобретение») – нахождение, изобретение мысли. Рассматривается как искусство добывания и предварительной систематизации материала. Первая часть классического канона риторики, в которой рассмотрены правила мыслительной разработки темы в соответствии с целью ратора.

Диспозиция (*dispositio* – развертывание, расположение) – искусство организации сообщения, искусство композиции. Вторая часть классического канона риторики, в которой рассматриваются правила последовательного представления частей разработанной ранее (на этапе изобретения) темы будущего текста.

Элокуция (*elocutio* – украшение, словесная аргументация) – словесное выражение, украшение, оформление речи. Включает способы фигурально-го выражения (паралогика). Третья часть классического канона риторики: изложение изобретенного содержания в обдуманной последовательности в виде текста, его украшение с помощью изобразительных средств, речевых приемов. Предполагает осознанный отбор и группировку языковых средств в соответствии с замыслом автора.

Мемория (*memoria* – «запоминать») – запоминание речи. Предполагает знание говорящим мнемотехники, владение особыми приемами запоминания материала. Четвертая часть классического канона риторики, рассматривающая способы и приемы запоминания речи, заучивания ее наизусть.

Акция, гипокритика (*actio/hypocritis* – произнесение, инсценировка, исполнение речи) – пластическое решение произносимой речи: одика (голосоведение, пантомимика (искусство телодвижений)). Пятая часть классического канона риторики, рассматривающая правила преподнесения подготовленного текста.

Специалисту, чья профессиональная деятельность базируется на слове, освоить механизм создания текста с опорой на традиции классической риторики – означает овладеть традиционным и проверенным историей алгоритмом порождения и языкового оформления любого жанра [5: 16].

Рекламное красноречие – род социально-бытового красноречия, представленный рекламой современной массовой коммуникации, складывающейся в сфере делового общения (коммерции) и связанной с официально-деловым стилем, передающей многие способы воздействия, приемы построения текста и языковые средства из газетно-публицистического и научного стилей.

На этапе инвенции («Что сказать?») процесс создания телевизионной рекламы предполагает определение стратегии и выработку главной идеи. Основываясь на результатах маркетинговых исследований, креативная группа определяет ведущие направления, замысел будущего телевизионного сюжета, решая, на что будет направлено основное рекламное воздействие, достижению

какой основной цели (реакции аудитории) должен содействовать планируемый ролик. Далее разрабатывается художественный прием как наиболее эффективный в решении задач рекламного телеролика. Главная стратегия определяется техническими средствами и отражается в сюжетной линии видеоролика.

На этапе диспозиции разрабатывается план, создается сценарий, создаются раскадровки. Сценарный план содержит основные сюжетные линии, начало, середину и конец будущего видеоролика. Собственно сценарий пишется в нескольких вариантах с различными фабульными возможностями, по мере работы он корректируется, уточняется и дополняется. Согласно закону края, сильные позиции (наиболее яркие сцены) располагаются в начале. Те, что не имеют рекламных крючков, лучше разместить с середину, а самые смелые воспроизводятся в конце.

Элокуция предполагает работу с текстом телерекламы (объем одной фразы не должен превышать 11 слов), ее героями и образами, организацию съемок с привлечением известных режиссеров, составлением сметы, графика выполнения работ. На этом этапе создается поэпизодный план съемок, строительство декораций, пошив костюмов, работа с актерами, пробные съемки, массовки, оформление стиля, фона.

Мемория и акция включают съемочный период. В результате работы на площадке появляется весь необходимый для рекламного ролика материал. Каждый эпизод принято снимать несколько раз для того, чтобы при монтаже отобрать лучший кадр. Затем все кадры последовательно объединяются в единый фильм в соответствии с монтажным листом, утвержденным режиссером. Затем материал озвучивается актерами, текст записывается и соединяется с музыкой и иными аудиосредствами. После этого готовый ролик представляется рекламодателю (заказчику) на рассмотрение [1].

Риторический канон античных риторик базируется на таких категориях, как логос, этос, пафос, каждый из которых подчиняется собственным законам убедительной речи.

Категория логос учитывает средства и техники воплощения речевого замысла. Как утверждают античные риторики, речевое сообщение должно иметь начало, основную часть, аргументацию, доводы и правдоподобные выводы. Согласно логосу, разработаны правила тезиса о том, что в результате высказывания достигается поставленная стратегическая задача с помощью «композиционных средств вещания» [4], выстраивания последовательности доказательства и аргументов.

Пафос отвечает за побуждение у слушателей чувств и страстей. От интенции (вызвать известные настроения, сообщить, убедить, воодушевить и др.) зависит внутреннее звучание речи. Оратор побуждает аудиторию с помощью пафоса к мысленному или психофизическому действию с помощью особого эмоционального содержания.

Этос регулируется морально-этическими нормами того или иного народа, заставляет адресанта учитывать эмоциональное состояние, национальность, социально-демографические, образовательные и интеллектуальные характеристики аудитории.

В результате соблюдения риторического закона формируется образ оратора (естественно складывающееся в сознании адресата представление о риторике: его типе внешности, здоровье, энергии, характере, нравственных позициях, образовании, эрудиции, воспитании, профессии и др.), ориентированный на риторический идеал – исторически сложившееся в национальной культуре представление о том, какой должна быть хорошая речь; образ хорошей речи. По мнению Е. А. Поляковой, риторический идеал – совокупность представлений об идеальном ораторе и идеальном выступлении, существующих в сознании носителей русской коммуникативной культуры [3: 6].

Безусловно, риторический идеал складывается в сознании аудитории из того впечатления, которое производит оратор в результате выступлений. А.А. Волков утверждает, что образ оратора является «представлением о речевой, предметной, общекультурной компетентности определенного человека – публичного деятеля, которого можно назвать ритором, о его этических качествах, основательности и достоверности сообщаемой им информации и приемлемости аргументов, умственных способностях, значимости в той сфере публичной деятельности, где он подвизается» [2]. Риторическая компетентность предполагает личную нравственную культуру ратора, ответственность за достоверность содержания и форму высказывания. Этическая основа предполагает целостность опыта и языковой картины мира аудитории и уровня компетентности оратора, демонстрирующего коммуникативную (предметную) компетенцию – владение языком, соединение знания языка с опытом речевого общения, умение творить речь в соответствии с требованиями жизни и воспринимать речь с учетом замысла автора и обстоятельств общения.

Адресанты публичных высказываний, чья профессиональная деятельность направлена на массовую аудиторию и реализуется в кино- и телеиндустрии, подвергаются строгому отбору. Содержание их выступлений определяется идеологическими представлениями, свойственными контролирующим органам средств массовой информации. В то же время в результате монтажа, деятельности коллектива авторов (редакторов, операторов, режиссеров) образ оратора может искажаться. В таких условиях массовой коммуникации ритор несет личную ответственность за формирование конечного образа в сознании аудитории. Необходимо помнить, что сфера ответственности профессионала, работающего с рекламным текстом, связана с созидательной деятельностью общества в области потребления.

Таким образом, автор массовых телевизионных текстов овладевает риторическим каноном – основой перевода речи мыслимой в речь публичную.

### Литература

1. Агеев, А. В. Мудров, А. Н., Мейер, В.С. и другие Подготовка электронной публикации и общая редакция: «Индустрия рекламы». [Электронный ресурс] / А. В. Агеев, А. Н. Мудров, В. С. Мейер // Телевизионная реклама. Теория и практика рекламной деятельности. – URL: <https://adindustry.ru/television-advertising> (Дата обращения: 05.08.2018 г.).
2. Волков, А. А. Теория риторической аргументации. Образ ратора [Электронный ресурс] / А. А. Волков. – URL: <https://www.portal-slovo.ru/philology/46959.php> (Дата обращения: 09.08.2018 г.).
3. Полякова, Е.А. Риторический идеал в русском коммуникативном сознании [Текст] / Е. А. Полякова // дис. на соискание уч.степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 (теория языка). – Воронеж, 2003. – с.6.
4. Рождественский, Ю. В. Теория риторики [Текст] / Ю. В. Рождественский. – Москва : Добросовет, 1997. – 509 с.
5. Тенекова, А. М. Твои путеводители по книге. Обучение жанрам справочного аппарата книги : учеб. пособие [Текст]/ А. М. Тенекова. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2017. – 176 с.

*A.M. Tenekova*

### RHETORICAL BASES OF CREATING A TV ADVERTISING

*Annotation.* The article describes the process of creating television advertising in terms of the rhetorical canon. The author reveals the specifics of the action of the address of the advertising speech at each of the stages: invention, disposition, elocution, memorial and action. The article contains practical recommendations for the most effective use of methods and means of advertising in the television industry.

*Keywords:* television advertising, the rhetorical canon, the rhetorical actions of the addressee of the advertising speech in the television industry.

## **ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ ЯЗЫКУ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «ЗНАЕМ РУССКИЙ», «ЖИВОЕ СЛОВО», «ШПАРГАЛКА»)**

*Аннотация.* В данной статье рассматриваются вопросы изучения русского языка и пропаганды хорошей речи на примере интеллектуальных шоу «Знаем русский», «Живое слово» и рубрики «Шпаргалка», которые выходят на федеральных телеканалах. Проанализированы особенности подачи материала, образ ведущего и значение данных программ для современной телеаудитории.

*Ключевые слова:* русский язык, обучение, телевидение, программа, ведущий.

**В** современном мире словарный состав русского языка с каждым днем пополняется новыми словами и выражениями. Слова способны передавать тончайшие оттенки чувств, движение человеческой души и мысли, но только правильное употребление, написание лингвистических конструкций могут вызвать ответный отклик слушателей или читателей.

Подростки, которые восприимчивы к новым знаниям, большую часть времени проводят в социальных сетях. В общении друг с другом они не следят за речью, для экономии времени и сил используют албанский язык, печатные сообщения все чаще заменяют голосовыми. Академик Л.В. Щерба считал, что только «когда чувство нормы воспитано у человека, тогда-то он начинает чувствовать всю прелесть обоснованных отступлений от нее» [З: с. 183]. Но дети в силу возраста и не до конца полученного образования не могут разобраться, где нарочитая ошибка, а где истинно верное написание слова. Таким образом, уже во взрослой жизни мы нередко наблюдаем у «бывших» подростков трудности в правильном написании слов, построении лексических конструкций, употреблении пунктуации.

Проблема сохранения чистоты и культуры речи остро стоит в XXI веке. В школе с ней справиться помогают учителя, а во взрослой жизни оказать



помощь могли бы СМИ. Сегодня на телевидении существуют несколько программ о правилах русского языка и выразительной речи. Мы решили рассмотреть изучение русского языка на примере двух ток-шоу «Знаем русский» (телеканал «МИР»), «Живое слово» (телеканал «Культура») и рубрики «Шпаргалка», которая выходит в эфире программы «Настроение» (телеканал «ТВЦ»). Телешоу «Живое слово» стартовало в 2015 и завершилось уже через год, успев сделать 40 выпусков, которые поделены на 3 цикла. Программа «Знаем русский» выходит с 2007 года по сегодняшний день. «Шпаргалка» стартовала в сентябре 2018 года и до сих пор выходит в эфир.

2015 год был объявлен Президентом РФ годом литературы. Можем предположить, что именно поэтому в первом цикле передачи «Живое слово» изучение русского языка происходит на материале классической отечественной литературы. Второй блок посвящен актуальным правилам грамматики и орфографии, третий – частям слова и вопросам этимологии. Программа рассчитана на взрослую аудиторию. В каждом блоке участвуют 9 человек – и русские, и иностранцы, причем одна группа работает на протяжении целого блока передачи. Так, можно следить за успехами конкретных людей в освоении русского языка. Кроме того, у телезрителей есть возможность совместно с участниками шоу изучить конкретную тему за несколько выпусков. Каждый цикл передач посвящен отдельным вопросам «великого и могучего», а материал структурирован, что позволяет постепенно погрузиться в проблемы русского языка, а также закрепить полученные знания с помощью домашнего задания.

В программе «Знаем русский» такой закономерности не наблюдаем. Передача проходит в формате викторины: две команды соревнуются между собой в знании русского языка, кроме того в студии присутствуют зрители. За 11 лет в эфир вышло более 400 программ, где каждый выпуск – это новая игра, построенная в вопросно-ответной форме. Она рассчитана на детскую аудиторию, и в большинстве выпусков участие принимают учащиеся различных школ. Но начиная с 2016 года, в шоу приглашаются игроки старше 18 лет, родившиеся в странах СНГ и Дальнего Зарубежья, и соревнуются между собой, например, сборная Азербайджана против Кыргызстана. Таким образом, проверяется знание и восприятие русского языка только у иностранцев, в отличие от «Живого слова», где они всегда в одной аудитории с носителями русского языка. Это помогает понять иностранцам все особенности звучания, построения предложений на родном нам языке.

В отличие от шоу «Знаем русский» в программе «Живое слово» обучение происходит не только в студии. Телезрители могут параллельно с игроками выполнять работу и учиться самостоятельно. Периодически знания проверяют при помощи диктанта. Обычно участники пишут диктант на изученное правило, а на следующем занятии разбирают ошибки.

За программой «Знаем русский» интересно следить. У телезрителей просыпается азарт, они стараются проверить, правильно ли они ответили на вопрос и сходится ли их мнение с игроками, а главное – будет ли их ответ верным. Но такие знания кратковременны, зритель не успевает полностью разобраться в правиле, потому что уже звучит следующий вопрос. Кроме того, нет никакого повторения и закрепления полученной информации.

Причем за последние три года структура программы изменилась: ранее помимо ведущего было экспертное жюри, которое при каждом ответе просило игроков объяснить, почему именно так пишется слово. Сегодня эту роль выполняет только ведущий Сергей Федоров. Но программного времени недостаточно, чтобы углубиться в историю вопроса, поэтому объяснение часто поверхностное. Сергей Федоров является проводником в мир русского языка на протяжении всей игры. У него лидирующая роль, беседа с игроками присутствует только в начале программы, когда ведущий узнает, чем занимаются его герои и как они относятся к русскому языку. Далее программа развивается по конкретному сценарию с определенными вопросами. Если игроки дали неправильный ответ, Сергей Федоров их подбадривает, после чего сразу переходит к следующему вопросу.

Программа «Живое слово» напоминает школьный класс, где есть учитель-ведущий. Только в отличие от урока, в передаче занятие строится больше в интерактивной форме, без заучивания правил и записи под диктовку. Ведущий Владимир Иванович Аннушкин – доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина – старается не держать дистанцию учитель-ученик, а больше быть помощником и другом. Он поддерживает, даже если у героя что-то не получилось. Ведь если постоянно критиковать, можно полностью отбить желание изучать русский язык. На протяжении программы ведется постоянный диалог, и если ученикам что-то непонятно, они в любой момент могут спросить и разобраться в своей проблеме, чего нет в программе «Знаем русский».

Обе программы интересны по-своему, но у каждой разная цель. «Знаем русский» – соревнование, и тот, кто наберет больше очков, тот станет победителем и получит приз. Программа «Живое слово» – краткий курс по обучению русскому языку, и здесь главный приз – знания, которые получают участники. Несмотря на то, что вторая программа не выходит несколько лет, ее выпуски можно посмотреть в интернете.

Однако на современном телевидении помимо программ, посвященных трудностям русского языка, сегодня появляются отдельные рубрики внутри больших эфиров. Такая молодая рубрика появилась на телеканале «ТВ Центр» в программе «Настроение». Рубрика «Шпаргалка» существует с сентября 2018 года. За полгода выпущено 26 выпусков, продолжительностью от 1 до 3 минут.

В каждом выпуске ведущий Владимир Иванович Аннушкин рассматривает спорные вопросы ударения и правописания в различных словах. Профессор за короткое время успевает объяснить трудный случай и привести примеры использования этого слова для лучшего усвоения правила.

Рубрика традиционно начинается с приветственных слов ведущего, кроме того В.И. Аннушкин всегда подчеркивает, что рубрика ничего общего с настоящей шпаргалкой не имеет, это скорее «добрый совет, подсказка и скромные наставления», чтобы зритель запомнил норму. Далее профессор переходит непосредственно к правилу, но не зачитывает его из учебника, а рассказывает, опираясь на собственные знания, с долей юмора, часто приводя афоризмы, строки из песен и стихотворений, тем самым подталкивая зрителей к размышлению.

Ниже представлены выпуски на темы, которые вышли за полгода. Мы решили рассмотреть наиболее интересные примеры из этой программы.

1. Остроумный оксюморон
2. Звонит или звонит?
3. Творог или творог?
4. Одновременно или одновременно?

В этих выпусках ведущий рассматривает ударение с точки зрения литературной нормы. В «Остроумном оксюмороне» В.И. Аннушкин рассказывает сцену из фильма Э.А. Рязанова «Девушка без адреса», где главный герой называет чувства между собой и своей возлюбленной оксюморонами, после чего объясняет значение слова. Таким образом, зрители запомнят правильное произношение и толкование слова по аналогии с этой кинокартиной.

В примере «звонит – звонит» ученый рассказывает случай, где режиссер отказался говорить с учительницей, потому что та произносила «звонит». Хотя в современных словарях по культуре речи ударение на первый слог стоит с пометой «допустимо». Точно также со словом «одновременно»: норма – «одновременно», допустимо – «одновременно». Поэтому профессор призывает всех быть менее критичными с произношением данного слова, чего нельзя сказать о слове «творог». Здесь нужно запомнить, что ударение падает на последний слог, как в словах «пирог», «сапог».

5. Шпаргалка гренадера

Владимир Иванович рассказывает, почему правильно говорить «гренадёр», а не «гренадер». Все дело в том, что «гренадер» происходит от французского слова «grenadier», которое произносится через «е», а не через «е». Произношение слова «маневр» также зависит от французского «manœuvre». Однако слова «безнадежный», «осужденный» пишутся через «е» согласно современной норме русского языка.

6. Шпаргалка на счастье

Из выпуска узнаем, что слова «счастье – счастье», «вдохновенье – вдохновение», «любовью – любовью» принято называть «поэтическими вольностями».

196 | Это значит, что можно употреблять их и так, и так, только во втором случае своей речи мы придаем возвышенность, потому что буква «и» обычно добавлялась в поэтической речи, чтобы добавить еще один слог для рифмы и благозвучия.

7. Эпатажная шпаргалка

8. Исчерпывающая шпаргалка

Многие произносят слова по аналогии и зачастую допускают ошибку. Такая трудность возникает в словах, например: «багаж́и», «блиндаж́и», но «пейза́жи», «репорта́жи». Автор рубрики предлагает запомнить, что классические, старинные слова тяготеют к ударению на корне: стаж – ста́жи, эпатаж – эпата́жи; а более «народные» слова произносятся с ударением на окончание: типаж – типаж́и, стеллаж – стеллаж́и.

9. Договоры или договора?

В этом выпуске обсуждается похожая проблема. Здесь по аналогии часто можно образовать неправильную форму множественного числа, например: «профессора», «директора», но «ректоры», «договоры», «дикторы». Владимир Иванович предлагает запомнить норму, заглянув в словарь.

10. Ласковые прозвища

11. Шпаргалка для бодрого утра

12. Красноречивая шпаргалка

13. Радостная шпаргалка

14. Внемли, чудясь

15. Шпаргалка на каникулах

16. Подлинная риторика

Этот цикл рубрик посвящен истории конкретного слова. Здесь ведущий приводит различные цитаты, афоризмы с использованием этого слова и рассказывает о его происхождении.

17. Шпаргалка с суффиксом

18. Шпаргалка для Эдички

Выпуски рассказывают о правописании суффиксов. Ведущий советует опираться на правила орфографии и запомнить, если гласный является беглым, т.е. выпадает при склонении, то пишем в суффиксе –ек–, а если сохраняется, то пишем –ик–: барашек – барашка, столик – столика, велик – велика.

Во второй программе автор говорит о еще одних уменьшительно-ласкательных суффиксах. Суффиксы –очк–, –ечк– пишутся после мягких согласных: Лилечка, Витечка, а суффикс –ичк– после слов с основой на –ик–, –иц–: Эдик – Эдичка, пуговица – пуговичка.

19. Тыкать или выкать?

20. Шпаргалка с отчеством

Выпуски о нормах этикета, в которых Владимир Иванович говорит, как лучше обращаться к собеседнику, а также разграничивает употребление местоимений «ты» и «вы».

### 21. Шпаргалка с запятой

В отличие от остальных тем, в этом выпуске ведущий обращается к ситуации. В.И. Аннушкин разбирает постановку запятых перед союзом «как». Если это сравнение, то запятые нужны: «он, как душа, неразделим и вечен»; в случае отождествления или устойчивого оборота запятые не ставятся: «ты любил меня как собственность», «гол как сокол».

### 22. Удивительные числительные

Этот выпуск также не похож на остальные: он посвящен числительным. Ведущий помогает разобраться в склонении самой проблемной части речи русского языка.

### 23. Пишем Е – говорим Э?

### 24. Н или НН?

В первой теме вместе с ведущим телезрители разбираются с произношением слов «Одесса», «бассейн», «декан» и др. Во втором выпуске профессор рассказывает правила написания «н» и «нн» в прилагательных и причастиях, опираясь на правила русской орфографии. Кроме того, он напоминает о словах-исключениях: «стеклянный», «оловянный», «деревянный».

### 25. Приставка к шпаргалке

Выпуск о приставках, которые чаще всего путают: пре– и при–. Раз и навсегда Владимир Иванович предлагает запомнить правила, что приставка при– пишется, если обозначает: 1) приближение («приехал»), 2) присоединение («приклеил»), 3) пространственную близость («привокзальный»), 4) неполноту совершения действия («приоткрыл»). Приставка пре – пишется: 1) в значении близко к пере– («преградил»), 2) если обозначает высокую степень качества, возможно заменить словами «очень» и «весьма» («презабавный»).

### 26. Праздничная речь по шпаргалке

Это последний выпуск 2018 года, в котором ведущий дает советы, как подготовить красивую, грамотную праздничную речь в новогоднем застолье.

Часто мы допускаем ошибки в языке, потому что не придерживаемся литературной нормы. «Шпаргалка» помогает это исправить. Рубрика позиционируется, как совет и помощь тем, кто сомневается в произношении и написании какого-либо слова. За короткое время можно узнать еще одно новое правило. Однако краткая продолжительность программы является также и минусом, ведь менее, чем за три минуты с перебивом на «картинки» невозможно углубиться в изучение русского языка.

На современном телевидении слишком мало значительных передач о русском языке, литературе, словесности, а если они и есть, то это либо «детско-школьные» передачи, либо спортивно-конкурсные, за исключением тех, которые мы проанализировали в данной статье. Однако и их недостаточно, потому что «Знаем русский» – больше развлекательная программа, «Живое слово» – сегодня, к сожалению, закрыта, а «Шпаргалка» – слишком

198 | короткая. Телевидение до сих пор остается одним из основных источников информации и выполняет помимо прочих образовательную функцию. Трансируются учебные циклы в помощь людям получающим то или иное образование. Следует отметить, что, учитывая большое влияние на аудиторию, доступность и массовость вещания, ТВ давно используется в качестве обучающего инструмента. А так как мы живем в России и государственный язык – русский, то граждане страны обязаны знать свой язык и говорить правильно, а телевидение в этом может помочь. Следовательно, следует создать новые программы о русском языке, чтобы все больше людей просвещались и узнавали русский язык с новой стороны.

### **Литература**

1. Аннушин В.И. Передачи о русском языке и культуре речи на теле- и радиоканалах СМИ: проблемы и предложения//. – 2017. – №. – С. 1–14.
2. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2014. – 606 с.
3. Ржанова Р.А. Ценности экранной культуры / Р. А. Ржанова // Журналистский ежегодник. – 2013. – №2. – с. 53 – 59.
4. Щерба Л.В. Очередные проблемы языковедения // Известия АН СССР. Отделение литературы и языка. 1945. Т. IV. Вып. 5. С. 183

### **Анализируемые источники**

1. Программа «Знаем русский». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mirtv.ru/video/61152/> (Дата обращения: 16.12.2018)
2. Программа «Живое слово». [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://tvkultura.ru/brand/show/brand\\_id/59465](http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/59465) (Дата обращения: 25.12.2018)
3. Рубрика «Шпаргалка». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nastroenie.tv/menu/58> (Дата обращения: 13.01.2019)

## РИТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ «ПРОДАЮЩЕГО» ВЫСТУПЛЕНИЯ

*Аннотация.* В статье представлен опыт коммуникативного тренера (коуча) по подготовке «продающего» выступления, основу которого составляет «продающий» текст. «Продающий» текст рассматривается автором статьи как единица потребительского дискурса – аналога сбытовых коммуникаций. «Продающий» текст, по мнению автора, является риторическим, т.е. содержит позицию актора и набор веских (как рациональных, так и эмоциональных) аргументов, эмоционально / экспрессивно окрашен и строится по классической риторической схеме расположения содержания в речи-рассуждении, а в «продающем» выступлении, как устной разновидности «продающего текста», необходимо следовать риторическому канону и использовать набор триггеров – маркетинговых приемов влияния на аудиторию.

*Ключевые слова:* продающее выступление, закон гармонизирующего диалога, риторический канон, хрия, триггеры.

Риторический характер рекламной коммуникации признается всеми исследователями этой разновидности общения. Реклама, основное коммуникативное назначение которой заключается в переводе потенциального потребителя товара/услуги в разряд активных (реальных) потребителей, удовлетворяющих свои потребности товаром данного производителя, широко использует разные виды речевого воздействия: убеждение, увещевание (уговаривание), внушение (суггестия), заражение и др. [1]. «Продающие» выступления набирают сегодня все большую популярность, поскольку при прямом, а не опосредованном контакте с потенциальными потребителями, с одной стороны, можно гораздо быстрее вызвать доверие к продукту/услуге, прежде всего, за счет того, что информация в этом случае лично и эмоционально окрашена, а с другой – выступающий может отслеживать реакцию аудитории, а при необходимости и управлять ею. «Продающие» выступления – это особый процесс, требующий серьезной подготовки, так как содержит в себе много задач, последовательное решение которых должно привести к продажам.

В основе «продающего» выступления лежит «продающий» текст, который входит в сферу маркетинговых коммуникации и является единицей потребительского дискурса. Разница между маркетинговым и потребительским дискурсом

200 релевантна, на наш взгляд, разнице между маркетингом и сбытом. Эти понятия, несмотря на высокую схожесть, имеют несколько кардинальных различий, главным образом, касающихся отношений с потребителями и цепочкой продаж. Маркетинг предполагает полное продвижение продукции от производства до ее употребления (покупки), где повышенное внимание уделяется методам коммуникации с потребителем, учитываются его взгляды, предпочтения, вкусы. Сбыт же нуждается в скорейшей продаже произведенной продукции с целью повышения рентабельности, наращивания оборотных средств. Несмотря на общую цель и интегрированный подход к цепочке продаж, маркетинговые схемы более гибкие, так как подстраиваются под конкретные рыночные условия и ожидания потребителей; сбыту же необходимо продать продукт как можно скорее, и в этом смысле он использует минимальный и очевидный набор средств. Следовательно, маркетинг формирует потребности, а сбыт их удовлетворяет. В связи с этим наиболее релевантным термином, покрывающим все возможные коммуникационные схемы рыночных отношений, является маркетинговый дискурс. Что же касается потребительского дискурса, то, на наш взгляд, такого рода коммуникационный процесс носит односторонний характер и эксплицирует логику субъект-объектных отношений, не отражая в полной мере философии дискурсивного взаимодействия, а посему этот термин корректнее употреблять только в поведенческом аспекте как аналог сбытовых коммуникаций. И в таком случае единицей маркетингового дискурса следует считать продвигающий текст, а потребительского – продающий текст [3].

Однако создать эффективный «продающий» текст, способный склонить потребителя к нужному для актора действию (покупке/повторной покупке), на деле оказывается не так просто. Опыт работы коучем показал, что слушатели курсов (представители бизнес-среды) прежде всего концентрируют свое внимание на достоинствах самого продукта/услуги (чаще в сравнении с конкурентами), забывая о том, кому он предназначен, какие потребности может удовлетворить и какую выгоду получит аудитория при его покупке.

Итак, известная с античности композиция готового текста: *Exordium* (вступление), *Narratio* (изложение). *Confirmatio* (утверждение). *Peroratio* (заключение) – в «продающем» тексте напоминает классическую модель рекламного воздействия AIDA (Attention – внимание, Interest – интерес, Desire – желание, Action – действие):

1. *Exordium* (вступление). Начните с интригующего заявления, которое привлечет внимание целевой аудитории.

2. *Narratio* (изложение). Озвучьте проблему, которая имеется у читателей/слушателей и которую сможет решить ваш продукт.

3. *Confirmatio* (утверждение). Пообещайте решение, подкрепив обещание убедительными доказательствами.

4. *Peroratio* (заключение). Назовите преимущества, которые получит человек, воспользовавшийся вашим предложением, и призовите к действию.



В ходе работы тренинга мы в качестве эксперимента взяли заказ на подготовку текста для мастерской художественнойковки «Вакула» (г. Ярославль), которая решила расширить свои возможности за счет вновь созданного сайта-визитки. Речь идет о тексте для главной страницы сайта «О компании». Далее приводится текст, снабженный установками коуча в соответствии с композицией «продающего» текста.

Текст начинаем с заголовка, который содержит название товара или услуги.

Мастерская художественнойковки «Вакула»

Далее обозначим проблему.

Вы любите изысканную художественнуюковку в старинном стиле или предпочитаете современную геометрию? Вам нужно декорировать гостиную? Вы готовы поставить смелый эксперимент в загородном доме? Ваша дача нуждается в основательной переделке?

Пока посетитель сайта определяется со своей проблемой, мы предлагаем решение.

Мастерская художественнойковки «ВАКУЛА» – это большой ассортимент услуг: от фрагментарных изделий, как козырьки, мангалы, навесы, лестничные перила, ворота, мебель, и художественных деталей и конструкций (каминные решетки, подставки под цветы) до изделий большого формата, таких как беседки, автонавесы и остановочные комплексы.

Посетитель сайта возрадовался от предложенного выбора. Теперь нужно уговорить его сделать покупку именно здесь и сейчас. Для этого расписываем преимущества товара, хвалим ассортимент и обещаем низкие цены.

Консерватизм классицизма, сбалансированная роскошь ренессанса, величественность и воинственность готики, пышность и причудливость барокко, женственность рококо, лаконизм модерна – этими и другими стилями кованных изделий Вы можете заполнить любое пространство вашего дома, офиса, коттеджа, дачного участка. На своей любимой даче Вы можете использовать практически любое изделие художественнойковки. Чаще других пользуются спросом столовые комплексы и декоративные мангалы с навесом. И это не удивительно! Как приятно скоротать вечерок в тени яблонь и груш в удобном кресле с чашечкой ароматного чая или сыграть партию в шахматы с друзьями за стильным столом. А в выходные собрать компанию и «... коньячок под шашлычок – вкусно очень!» И дождь нипочем!

Кроме того, в двухэтажных коттеджах никак не обойтись без лестниц, а это особая забота настоящего хозяина. Безопасность в таких случаях – превыше всего! Кованные изделия сослужат Вам хорошую и долгую службу, а выглядят они при этом весьма эстетично, так что понравятся и любой хозяйке. Можно найти место для кованных изделий и в балконах, и в конструкциях окон и дверей. Здесь большой простор для Вашей фантазии! С помощью произведений художественнойковки можно по Вашему усмотрению превратить Ваш загородный

202 | дом в рыцарский замок или оформить в стиле прованс. А если ваша мечта – загородный домик в стиле кантри, то без камина здесь не обойтись. Декоративные кованные каминные решетки, кашпо с дровами и подставки под цветы придадут Вашей гостиной уют и неповторимый естественный деревенский шарм.

А что если читателю не нужны представленные товары? Ну, вдруг! Надо предложить альтернативу.

Вы боитесь появления ржавчины на кованных изделиях, хотите их защитить от воздействия влаги и агрессивных факторов и при этом придать изделию благородный и аристократичный вид? Мы используем антикоррозийную систему для защиты металла и самые современные дизайнерские эффекты для серебряного и медного искусственного состаривания (патина).

Под конец рекомендуем упомянуть прекрасный сервис и одно из преимуществ фирмы – например, бесплатную доставку.

Наши специалисты помогут реализовать Ваши самые сокровенные желания и осуществить самые креативные планы! Качество нашего оборудования позволяет выполнить любой заказ на самом высоком уровне, а оформить заказ Вы сможете в удобное для Вас время и удобном месте: мы осуществляем доставку и установку по Ярославлю и Ярославской области.

И приглашение/призыв к действию.

Самое главное для нас – это Ваше доверие! Мы стремимся к долгосрочным отношениям с клиентами! Ждем Вас в нашей мастерской – и Вы будете приятно удивлены нашими ценами и качеством обслуживания.

В мастерской художественнойковки «ВАКУЛА» сбываются Ваши мечты!

В течение недели созданный нами текст занял первые строчки в поисковой системе Яндекс, что свидетельствует о его эффективности.

Но чтобы создать текст «продающего» выступления, нужно перевести письменный текст в режим устного высказывания и «присвоить» его себе [2]. Для этого рекомендуется использовать следующие приемы диалогизации:

1. риторические фигуры (риторические вопросы, обращения, восклицания, повторы, сопоставления, антитезы, восклицания);
2. средства субъективации (вводные конструкции «по моему мнению», «мне кажется» и т. п.);
3. фигуры совместной деятельности («Давайте посмотрим...»), «Обратимся к ...» и т. п.);
4. средства адресации («Я вам объясню...»);
5. примеры, иллюстрации, образные средства;
6. собственно диалог (вопросы к аудитории – ответы аудитории);
7. средства адаптации (упрощение терминологии, схемы, таблицы, опора на жизненный опыт).

Кроме того, необходимо упростить сложные конструкции, исключить причастные и деепричастные обороты, убрать неудобные для произнесения слова, составить партитуру будущего выступления.

Строится «продающее» выступление в полном соответствии с риторическим каноном:

1. Инвенция: создание креативной идеи для презентации товара/услуги (изобретение предмета речи), знание содержания свойств товара (конструирование топики), определение задачи спикера (постановка авторской задачи). Применительно к «продающему» тексту отбор топов коррелирует даже не столько с задачей автора, сколько со знанием адресата рекламного сообщения, поскольку, перефразируя слова классика рекламного дела, в «продающем» выступлении важно говорить не языком заказчика, а на языке потребителя, т.е. важным становится не то, что хочет сказать автор текста, а то, что хочет услышать адресат этого текста.

2. Диспозиция: навык владения всеми типами речи необходим выступающему для оптимизированного описания свойств товара, создания, при необходимости, рекламной легенды (повествование), грамотного выбора рациональных и /или эмоциональных аргументов, соответствующих как предмету рекламирования, так и способу воплощения рекламной идеи (рассуждение). Последний тип композиционного членения чаще всего востребован в практике «продающих» выступлений.

3. Элокуция: умение реализовать в тексте аттрактивную функцию за счет использования риторических тропов и риторических фигур как целесообразных и уместных средств выразительности, маркированных авторской интенцией (причем не только на вербальном, но и на визуальном уровне), и триггеров – психологических приемов, которые мотивируют слушателя на конкретное действие здесь и сейчас.

Среди наиболее популярных триггеров можно отметить следующие:

«Однозначность»: надо предоставлять слушателю однозначную информацию с первых же секунд; это облегчит ему понимание информации и мотивирует на дальнейшее взаимодействие.

«Сделаем за вас»: не надо заставлять слушателя напрягаться; чем больше он думает и размышляет, тем меньше шансов, что воспользуется вашим товаром или услугой.

«Стадность»: необходимо упомянуть, сколько клиентов купили услугу/продукт, усилив фразу словом «уже»; если слушатель поймет, что он не один и многие уже успешно работают с вами, он решит, что ему тоже стоит попробовать.

«Индивидуальность»: этот триггер, напротив, базируется на желании человека как-то выделиться, почувствовать себя исключительным, поэтому надо апеллировать к чувству превосходства, играть на его тщеславии.

«Жадность»: необходимо показать слушателю, какую выгоду он упустит, если немедленно не воспользуется вашим предложением; это подтолкнет его к действию.

«Развлечение»: необходимо создать слушателю настроение, поскольку в хорошем расположении духа человек охотнее принимает решение о покупке («Радуйся!»).

«Недоверие»: человеку свойственно сомневаться, не доверять, а проверять. А для этого свои слова следует подтверждать официальными документами (сертификаты качества, лицензии, дипломы, премии, портфолио) – это лучшее доказательство вашей компетентности.

Важно помнить 4 правила применения триггеров:

Правило 1. Триггеры в «продающем» выступлении должны быть.

Правило 2. Триггеры не должны быть навязчивыми и отвлекать от основной информации, они должны дополнять ее.

Правило 3. Не следует использовать все известные триггеры в одном выступлении.

Правило 4. Все используемые триггеры должны быть правдой: обещаете краткие сроки – исполняйте, демонстрируете сертификаты – они должны быть подлинными и пр.

В заключение отметим, что эффективное «продающее» выступление должно быть обязательно поддержано видеопрезентацией, поскольку визуальный ряд не только способствует лучшему усвоению информации, но и в большинстве случаев влияет на принятие решения о покупке.

### Литература

1. Жукова А.Г. «Маркетинговое красноречие»: о риторическом облике дискурса телепродаж // Русский язык за рубежом. 2018. №2. С. 29–35.

2. Жукова А.Г. Стилистические характеристики «продающей» телеречи: устность и разговорность // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения. Материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения» в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культур. Отв. ред. И.А. Лешугина. – М., 2018. – С. 36–41.

3. Ухова Л.В. «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – № 3. – С. 71–82.

*L. V. Ukhova*

### RHETORICAL FOUNDATIONS OF «SELLING» PRESENTATIONS

*Annotation.* The article presents the experience of a communicative coach (coach) to prepare a «selling» speech, which is based on the «selling» text. «Selling» text is considered by the author as a unit of consumer discourse—an analogue of sales communications. The «selling» text, in the author’s opinion, is rhetorical, that is. it contains the position of the actor and a set of strong (both rational and emotional) arguments, emotionally / expressively colored and built on the classical rhetorical scheme of content arrangement in speech-reasoning, and in the «selling» speech, as an oral variety of «selling text», it is necessary to follow the rhetorical Canon and use a set of triggers – marketing techniques of influence on the audience.

*Keywords:* selling performance, the law of harmonizing dialogue, rhetorical Canon, hria, triggers.

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ВОЗДЕЙСТВУЮЩИХ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В МЕДИАДИСКУРСЕ: ВОПРОС НОРМАТИВНОСТИ

*Аннотация.* Статья посвящена анализу языковых средств, реализующих воздействующие коммуникативные стратегии, в пространстве медиадискурса. Данные средства рассматриваются с точки зрения соответствия языковым нормам и силы воздействующего потенциала на целевую аудиторию. Материалом для исследования послужил контент телеканала «Ю».

*Ключевые слова:* коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, медиадискурс, речевая манипуляция, языковые нормы.

В современной медиариторике к активно изучаемым вопросам можно отнести анализ языковых единиц в их воздействии на реципиента. Значительное количество работ посвящено анализу технологий манипулирования, стратегий воздействия на массовую аудиторию.

Цель работы: проанализировать особенности языковой реализации коммуникативных стратегий, воздействующих на целевую аудиторию в медиадискурсе.

Во всем многообразии определений термина «коммуникативная стратегия» за основное возьмем следующее: коммуникативная стратегия – это «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [2: 54].

Существует несколько классификаций: так, например, функциональный критерий позволяет выделить основные (семантические, когнитивные) и вспомогательные стратегии. Основной можно назвать стратегию, которая является приоритетной с точки зрения мотивов и целей на данном этапе коммуникативного взаимодействия. Такая стратегия воздействует на адресата, его систему ценностей, его поведение (физическое и интеллектуальное). Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата. Особый тип представляют риторические стратегии, в рамках которых используются различные приемы ораторского искусства и риторические техники эффективного воздействия на адресата. Данная классификация, имеющая в качестве объекта живую речь, как отмечает О.С. Иссерс, условна и приближительна [2: 18].

Стратегия реализуется посредством тактик – совокупностей приемов и форм деятельности, направленных на достижение того или иного этапа стратегии. Коммуникативная тактика представляет собой одно или несколько речевых действий, способствующих реализации определенной стратегии говорящего, «гибкое динамическое использование говорящим имеющихся у него вербальных умений построения речевого хода согласно намеченному плану речевых действий с целью достижения языковой задачи общения, ограниченной рамками речевого взаимодействия» [1: 39].

Манипулятивные технологии представляют собой комплекс методов и приемов, которые используются адресатом с целью достижения определенных целей, обусловленных выбором оптимальных средств и способов целенаправленного воздействия на индивидуума и социум посредством коммуникативно-информационных каналов [4: 199].

К манипулятивным стратегиям воздействия можно отнести когнитивный, аффективный, суггестивный и конативный уровни психологического воздействия [3: 15]. Когнитивное воздействие предполагает передачу четко структурированной информации о предмете сообщения. При конативном воздействии ориентация идет на поведенческий компонент и реализуется в побуждении реципиента к действию, осуществляется путем навязывания поведения, как нужно «правильно» поступить, чтобы достичь необходимого результата. Трансформация информационного потока в определенную схему установок, мотивов и принципов реципиента происходит при аффективном воздействии. Уровень суггестивного воздействия основан на использовании сознательных и бессознательных элементов внушения, соответствующих интересам адресанта. Суггестивное воздействие применяется в том случае, когда адресанту необходимо сформировать определенное мнение у реципиента и побудить его к действию [4: 201–203].

В связи с увеличением роли средств массовой коммуникации в процессе формирования картины мира, можно назвать актуальными исследования стратегий речевого манипулирования в медиадискурсе. В зависимости от цели и задач адресанта происходит симуляция и распространение позитивного или негативного отношения к тому или иному явлению в социуме с помощью активного использования манипулятивных средств воздействия на личность [4: 204].

В качестве объекта исследования рассмотрим медиадискурс телеканала «Ю». Предметом исследования являются языковые средства, реализующие воздействующие коммуникативные стратегии.

Мы остановились на контенте данного телеканала не случайно: у телеканала достаточно интересная медиаистория: так, осенью 2012 года на платформе канала «МУЗ» возник новый развлекательный телеканал «Ю», который в течение полугода находился в стадии ребрендинга и стал очевид-

но женским. В апреле 2013 года «Ю» начал позиционироваться в качестве телеканала для девушек 11–34 лет. С 2014 года баинговая целевая аудитория канала «Ю» снова изменилась: весной 2013 года команда «Ю» начала успешно завоевывать телеаудиторию в сегменте молодых девушек. Следующим шагом в 2014 году стало изменение баинговой целевой аудитории канала с «все 11–34» на «женщины 14–39», которая является коммерчески более привлекательной для рекламодателей.

Программы канала «Ю» делятся на пять тематических групп: шоу, сериалы, кино, конкурсы и кастинги. В рамках данной статьи рассмотрим воздействующий потенциал программ «Стилистика» (2015 г.) и «В стиле» (2018 г.). Мы намеренно не стали брать такие шоу, к примеру, как «Обмен женами», «Моя свекровь – монстр», «Беременна в 16» и т.д., поскольку их воздействующий потенциал не вызывает сомнения. Шоу «В стиле» нам бы хотелось проанализировать с точки зрения используемых языковых средств, реализующих стратегии речевого воздействия на целевую аудиторию.

Программа выходит с 2015 года, в настоящее время идет 4-й сезон. За это время программа поменяла название: в 2015 г. – «Стилистика», в настоящее время – «В стиле». В трех сезонах вели программу профессиональные ведущие: Ольга Данка, Ирена Понарошку, Татьяна Геворкян, в четвертом сезоне Ксения Сухинова имеет непосредственное отношение к миру моды, но это ее первый опыт в качестве ведущей. Если в 2015 г. программа входила в десятку топовых программ канала «Ю», то в настоящее время данное шоу не относится к активно просматриваемым. В рамках данной статьи мы решили проанализировать, какими языковыми средствами пользуются ведущие для того, чтобы влиять на целевую аудиторию.

В первом сезоне в течение передачи неоднократно шли отсылки к сайту телеканала, личному блогу ведущей:

*Как тебе тренд «небесно-голубой цвет»? Давай его обсудим на сайте канала «Ю» [www.u-tv.ru](http://www.u-tv.ru) в моем блоге;*

*Не забывай про специальную тему, в которой ты можешь задавать мне любые вопросы, а я на них обязательно отвечаю;*

*Хочешь попасть в рубрику «Зацени»? Присылай фото своих нарядов по адресу [stilistika@u-tv.ru](mailto:stilistika@u-tv.ru);*

*Не забывай, что ты можешь присылать видео твоих творений для рубрики «Хэнд-мэйд» по адресу [stilistika@u-tv.ru](mailto:stilistika@u-tv.ru);*

*Если ты хочешь попасть в эту рубрику и кардинально изменить свой имидж, заходи на сайт канала [www.u-tv.ru](http://www.u-tv.ru) в раздел «Кастинг» и отправляй заявку;*

*Как тебе эта новость? Давай обсудим ее на социальных страницах канала «Ю», которые ты можешь найти на официальном сайте [www.u-tv.ru](http://www.u-tv.ru).<sup>3</sup>*

В данном случае реализуется конативное воздействие, ориентированное на поведенческий компонент, стратегия реализуется в побуждении реципиента

<sup>3</sup> <https://www.u-tv.ru/>.



208 | к действию, то есть к активному использованию ресурсов сайта телеканала [4: 200]. Вербализуется посредством глаголов повелительного наклонения «давай обсудим», «заходи на сайт», «присылай», «отправляй заявку», «не забывай».

Данный прием полностью исключен в последнем сезоне, обратная связь с целевой аудиторией не актуальна.

Обзор модных тенденций в 2015 г. предполагал активное использование экспрессивно-оценочных суждений:

Небесно-голубой – ооочень модный оттенок;

Мятный – это ооочень модный оттенок в этом сезоне. Мы сделаем браслет из камней мятного оттенка (речь идет о камнях, раскрашенных в бежевые, нежно-серые и нежно-зеленые цвета);

И все-таки, если вещь ооочень красивая, совершенно не важно, сколько она стоит, потому что стиль дороже денег;

Весна настолько сильно вдарила всем нам девушкам в голову, что нам не терпится скорее надеть платья. Давай посмотрим, какие выбираешь ты;

Свести всех парней с ума помогут свежие весенние тренды;

Все мы девушки, а это означает, что мы обожаем украшения. Где можно найти эту красотень? Получился мегатрендовый браслет;

Нахожусь в окружении брутальных тренажеров. Мне всегда казалось, что это железо тягают «реальные» мужики;

У тебя получится суперский look.<sup>4</sup>

В данном случае, на наш взгляд, идет реализация стратегии аффективного воздействия, в основе которого лежит трансформация информационного потока в определенную схему установок, мотивов и принципов реципиента [4: 201]. На языковом уровне стратегия реализуется путем использования фонетических средств «ооочень», словообразовательных неологизмов «мегатрендовый», «суперский», просторечных слов «красотень», «вдарила», «мужики», фразеологизмов «свести с ума», «ударить в голову», профессионализмов «брутальный», «лук». Словосочетание «мятный оттенок» построено, видимо, по аналогии с рекламным слоганом «почувствуй радугу фруктовых ароматов», поскольку в «Большом толковом словаре русского языка» (гл. ред. С.А. Кузнецов, 2014) слово «мятный» определяется следующим образом: 1. к Мята. М. аромат. 2. Добываемый из мяты; приготовленный из нее. *М-ые капли. М-ое масло.*<sup>5</sup> Другими словами, мятным может быть только аромат, но не оттенок.

В 2018г. в передаче используются следующие экспрессивно-оценочные средства:

*Молодежь не вылезает из брендированных футболок;*

*Унисекс захватил мир;*

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%BC%D1%8F%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B9&all=x>



*Мир буквально сошел с ума от «Гуччи»;  
Бренд хайпанул потому, что расслабился и спустился ближе к молодежи;  
Точно можно сказать, какой бренд заработал на волне хайпа;  
It-girls и селебрити сбивались с ног, меняя наряды.<sup>6</sup>*

Воздействие реализуется путем использования лексем, содержащих сему категоричности и всеохватности: «не вылезает», «захватил», а также путем использования фразеологизмов. Особо следует отметить активное использование заимствованных слов: «it-girls», «селебрити», «хайп»; трансформацию по аналогии с русскими глаголами «хайпанул» (ср. «хапанул»).

Следует отметить, что модные новости не обходятся без обязательной ссылки на известных дизайнеров или звезд шоу-бизнеса. Данная позиция прослеживалась в передачах первого сезона, иногда это принимало вид навязывания стереотипов:

На Миланской неделе моды в показе коллекции Дольче-Габбана принимали участие беременные модели и модели с детьми. Да, девчонки, похоже, пора задуматься о создании семьи и замужестве. Доминико и Стефано благословляют; Качаем попу, как у Бейонсе. Рубрика «Стильные упражнения».

В передачах 2018 г. акцент делается на русских дизайнерах:

*Ловите лайфхак от дизайнера Евгении Линович, как создать модный лук.<sup>7</sup>*

В данном случае можно считать реализацию стратегии, основанную на суггестии, то есть, использовании сознательных и бессознательных элементов внушения, соответствующих интересам реципиента [4: 201]. Имена собственные выступают актуализатором поведения.

Также в передачах первого сезона можно отметить злоупотребление словом «тренд», использование повелительного наклонения в рекомендациях по стилю. На наш взгляд, это обусловлено концепцией передачи, в которой ведущая предстает в качестве эксперта, дающего неопытным девушкам добрые советы, как выглядеть модно и стильно:

Тренды помогут тебе стильно выглядеть. Тренды сделают твою жизнь ярче и стильнее. Помни о наших советах, и у тебя все получится;

*Отдавай предпочтение..., в этом тебе поможет..., выбирай ..., носи ..., бери на заметку мою фишку ..., не забудь о ...<sup>8</sup>*

В данном случае реализуется манипулятивная стратегия, основанная на аффективном и конативном воздействии.

Но следует отметить важную особенность: если в 2015 г. ведущая обращалась к телезрительницам, используя глаголы в форме 2 лица единственного числа, то в 2018 г. используется уже форма 2 лица множественного числа, что уже воспринимается как этикетная формула («ловите лайфхак»), а также

<sup>6</sup> <https://www.u-tv.ru/>.

<sup>7</sup> Там же.

<sup>8</sup> Там же.

210 | появилась тенденция ухода от императива, в роли повелительного наклонения употребляется глагол в форме изъявительного: Улавливаем модные тенденции.

Характерно, что в блогах, посвященных передаче «Стилистика» (2015 г.), можно увидеть неоднозначную реакцию: с одной стороны, девушки от 14 до 19 лет восхищены ведущей, отмечают ее красоту, стиль, манеру вести передачу, с другой, старшее поколение отзывается более скептически, подчеркивая, что в передаче «уж очень много ведущей» ([www.u-tv.ru](http://www.u-tv.ru)). В любом случае, можно сказать, что стратегия манипулятивного воздействия на реципиентов реализуется успешно, что и позволят программе входить в десятку топовых программ канала «Ю».

В 2018 г. обратная связь с целевой аудиторией слабая, ведущая выполняет роль проводника в мире моды, не претендуя на советчика. Также уход от использования активных манипулятивных стратегий снизил рейтинг программы. Необходимо отметить, что используемые языковые средства воздействия на целевую аудиторию находятся в обратной зависимости от критериев языковой и речевой нормы: более эффективным отказывались средства, стилистически сниженные, не отвечающие критериям нормативности.

Таким образом, можно сделать вывод, что медиадискурс определяется массовым сознанием и влияет на него. Массмедийный человек выступает в роли субъекта и в то же время объекта воздействия медиадискурса. Единицей анализа медиадискурса является медиатекст, в котором можно выявить языковые маркеры воздействующих коммуникативных стратегий. Причем используемые языковые средства будут тем эффективнее, чем меньше подпадают под критерии нормативности.

### Литература

1. Зернецкий В.П. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности // Языковые процессы и единицы: Межвузовский сборник научных трудов. Калинин: КГУ. – 1988. – С. 36–41.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Монография. – Омск: ОГУ, 1999. – 258 с.
3. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Экспериментальная психология в российской рекламе. – М.: ИЦ «Академия», 1995. – 16 с.
4. Оломская Н.Н. Манипулятивные речевые стратегии воздействия в дискурсе PR // Лингвистика и межкультурная коммуникация: монография. – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2011. – С 199 – 213.

Сайт телеканала «Ю» // URL: [www.u-tv.ru](http://www.u-tv.ru)

**LANGUAGE MEANS OF REALIZING THE IMPACT  
OF COMMUNICATIVE STRATEGIES IN MEDIA DISCOURSE:  
THE QUESTION OF NORMATIVITY**

*Annotation.* The article is devoted to the analysis of linguistic means implementing the influencing communicative strategies in the space of media discourse. These tools are considered in terms of compliance with language standards and the strength of the influencing potential on the target audience. The material for the study was the content of the TV channel «Ю».

*Keywords:* communicative strategies, communicative tactics, media discourse, speech manipulation, language norms.

## ТОПИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ «НРАВСТВЕННОСТЬ» КАК СРЕДСТВО УБЕЖДЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ<sup>9</sup>

*Аннотация.* В данной работе рассматриваются особенности употребления ценностей топической категории «нравственность» в русской предвыборной речи как жанра политических дискурсов. Определяются роль и функции ценностей в создании убедительности и эффективности речи, обобщаются возможные их классификации, а также анализируются риторические характеристики ценностей категории «нравственность» в предвыборной речи.

*Ключевые слова:* ценности, топическая система, предвыборная речь, средство убеждения.

В настоящее время «ценности» являются одним из ключевых понятий философии, социологии, культурологи, педагогики, лингвистики и других наук, которые главным образом изучают ее национально-культурное, социальное и воспитательное значение.

«Ценности – исторически сложившиеся обобщенные представления людей о типах своего поведения, возникшие в результате оценочно-деятельностного отношения к миру, образующие ценностную картину мира, закреплённую в сознании представителей отдельного этноса и зафиксированную в языке этого этноса» [4:26].

Помимо рядов гуманитарных наук, риторика как наука об эффективной речи изучает ценности со своего аспекта. В этом отношении ценности понимаются как средства убеждения, и они занимают место в риторической топической системе.

В античное время Аристотель в «Риторике» уже излагал некоторые ценности в качестве общепринятых понятий, как «добро», «зло», «счастье» и др.. Эти ценности являются основой, на которой оратор приобретает возможность своей речью успешно убедить аудиторию и с ней добиться согласования.

Над ценностями могут проводить классификацию, что позволяет выявить их риторические потенциалы. По мнению М.С. Кагана, система ценностей

<sup>9</sup> Данная работа опубликована при поддержке научного гранта Национального фонда социальных наук под названием проекта «Сопоставительное исследование механизма риторической аргументации в китайской и русской политической дискурсах» (18XYU033).

состоит из нравственных, эстетических, религиозных, социально-организационных (политических, правовых) ценностей [3: 80]. Г.П. Выжлецова полагает, что в многоуровневую структуру ценностей включаются польза (материальные и экономические ценности), норма (социальные ценности, как политика, право, мораль) и идеал (духовные ценности, как религия, нравственность, искусство). В теории С.Ф. Анисимова ценности делятся на высшие (человечество, человек), материальные (природные ресурсы, труд, орудия и продукты труда, необходимые для существования человечества и его воспроизводства), социальные (различные общественные образования, возникающие в ходе прогрессивного развития человечества, общественные институты, необходимые для жизнедеятельности общества, семья, нация, класс, государство), духовные и культурные (научные знания, философские, нравственные, эстетические и другие представления, идеи, нормы, идеалы, призванные удовлетворять духовные потребности) [1: 23].

В риторической топической системе А.А. Волкова предлагается схема иерархии, которая состоит из 10 уровней: религия, наука, искусство, нравственность, право, государство, личность, исторический опыт, политическая система и общественное мнение.

Употребление ценностей как средств убеждения зависит от жанров речи. Политический дискурс как один из жанров активных человеческих и общественных деятельностей служит материалом для проведения анализа функций и особенностей употребления ценностей.

А.П. Чудинов отмечает, что политический дискурс — это сложное коммуникативное явление, которое должно включать «все присутствующие в сознании говорящего и слушающего компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи» [5: 50–51].

Данный вид дискурса как многомерное образование представляет собой пространство бытования различных речевых жанров, среди которых выделяется предвыборная речь ее референцией почти самого важного политического события государства. Таким образом, главная задача данной статьи заключается в анализе ценностей в предвыборной речи как жанре политического дискурса. По классификации А.А. Волкова и проведенному нами анализу в предвыборной речи прежде всего наблюдается активное употребление ценностей топической категории «нравственность», к которой относятся нормы общественной морали. Как А.А. Волков отмечает, что «топика общественной морали определяет внутренние отношения в обществе, социальную дисциплину и реальную свободу личности» [2:230]. Он также добавляет, что «общественная мораль всегда предполагает идеи доброжелательности, солидарности, вежливости, снисходительности, безопасности, помощи слабым и нуждающимся, социальной справедливости, равенства, личного достоинства, почитания старших, уважения к обычаям» (там же). Поскольку

214 | предвыборная речь является одним из видов политического дискурса, и она всегда обсуждает стандарты и нормы управления государством.

Эти ценности воплощаются в форме абстрактных имен существительных, которые по семантике могут разделить на три группы: 1) честность и справедливость; 2) ответственность и обязанность; 3) стабильность, устойчивость, безопасность и эффективность.

Для проведения анализа взяты опубликованные тексты и публичные выступления кандидатов на выборы президента РФ в 2018 году.

В анализируемом тексте «честность» определяется как вид ценностей, которые нужно принимать в защиту и отстаивание:

- Молодежь участвует в общественной и политической жизни, создает смыслы и генерирует новые идеи, защищая и отстаивая такие ценности, как честность, свобода, солидарность и уважение к правам человека.

А справедливость рассматривается как один из главных принципов создания и развития систем общественной жизни:

- На принципах справедливости и адресности нужно выстроить всю систему социальной помощи.

Ценность «честность» употребляется при выражении должной сущности самых политических выборов:

- Честные выборы – это достойная жизнь наших людей.

В настоящее время в российской политической и общественной жизни, как кандидаты отмечают, существует серьезная проблема с коррупцией, и ценности «честность» и «справедливость» как моральные нормы выступают против таких подобных проблем.

Вторая группа ценностей в анализируемом тексте главным образом отправлено на стиль работы правительства, на способность и умение президента и правительства отвечать за дела по стране перед своими гражданами. Например,

- Мы поднимем ответственность президента за формирование кабинета министров, и ответственность правительства за свои действия.

- 2018 год объявлен в России Годом добровольца, и символично, что этот год начался с принятия закона, который устанавливает обязанность всех уровней власти оказывать содействие волонтерам.

Эти ценности создают активный образ президента и правительства, что намного помогает убедить в их ответственном отношении к стране и народу. И языковые представления этих ценностей имеют явный позитивно оценочный характер, который определяет деятельность политиков и правительств.

Третья группа ценностей выражает главную цель президента и власти во внутренней и внешней политике. Во внутренней политике прежде всего нужно решить проблемы с развитием экономики, поскольку стабильность политики всегда зависит от экономической стабильности.

• У нас «стабильность существует ради стабильности», мы живем в вечном «сегодня» – пытаемся сохранить то, что есть, вместо того, чтобы создавать «завтра». Мы стараемся обеспечить социальную стабильность в том социуме, который есть, но не пытаемся развивать его, вести вперед, делать готовым к новым задачам, которые ставит перед нами мировое развитие.

А ценность «безопасность» не только важна, но и актуальна для современной России, которая сталкивается с региональными проблемами внутри и подвергается экономическим и политическим санкциям в мировой жизни.

• Гарантировать обороноспособность и безопасность страны, высокий научно-технический уровень оборонной промышленности.

Проведенное исследование также свидетельствует, что в предвыборной речи наиболее полно представлена ценность «благо». У А.А. Волкова «Общественное благо» является субиерархией под уровнем «Нравственность». В тексте упомянуто само общественное благо в таком случае, что нарушение этой ценности приводит к острым проблемам страны:

• Важнейшей проблемой нашей страны сегодня стала несменяемость власти, порождаемая ею коррупция и, как следствие, несправедливое распределение общественного блага, замедление технического и социального прогресса, международная изоляция, экономический кризис.

При анализе во внимание принималась возможность репрезентации данной ценности при помощи однокоренных синонимов, а также их различных частей речи: благосостояние, благополучие, благоприятствование, благоденствие, благородный, благополучный и благоприятный.

В своих речах кандидаты в президенты много раз обращаются к этой ценности с целью убедить избирателей в том, что новый президент, новое правительство будет делать благо народа одной из главных целей своего управления.

• Главная цель моя и партии, которая меня выдвинула, это повышение благосостояния российского народа.

• Поэтому в основе всего лежит сбережение народа России и благополучие наших граждан.

Кроме вышеприведенных примеров, наблюдается еще большое количество языковых представлений ценностей «благо». В анализируемом тексте употребляются отглагольные имена существительных со семантикой «творчества на благо людей и общества», как развитие, увеличение, укрепление, создание, построение, повышение, обновление, обеспечение, установление, поддержка и др. Они в предвыборной речи могут пониматься либо как цель управления, либо как путь к конечной цели – творчеству на благо граждан.

• Именно в такие, поворотные моменты Россия не раз доказывала свою способность к развитию, к обновлению, осваивала земли, строила города, покоряла космос, совершала грандиозные открытия.

- Главное, мы должны добиться увеличения размеров пенсий, обеспечить их регулярную индексацию, причем выше темпов инфляции.

- Мы продолжим укрепление целостной системы поддержки и развития творческих способностей и талантов наших детей.

Мы считаем, убедительность ценности «благо» заключается в том, что в ней воплощаются идеальные отношения между властью и личностью, т.е. власть реализует управление таким образом, чтобы защитить свободу и обеспечить интересы каждого члена общества. Об этом свидетельствует то, что речевое представление данной ценности всегда адресовано на личность (благосостояние людей, благополучие наших граждан, благополучие широких народных масс и др.):

- Приоритетом станет благополучие широких народных масс, а не кучки олигархов, интересы простого человека, а не рвачество «жирных котов».

- Поэтому в основе всего лежит сбережение народа России и благополучие наших граждан.

Можно прийти к выводу, когда речь идет об общественном благе, то оно всегда направлено на ценность человека. В предвыборной речи данная ценность выражается словами *человек, личность, народ, гражданин* и т. д. В социальной классификации ценностей человек понимается как высший уровень в целой системе, поскольку именно человек является главным фактором истории, настоящего и будущего. В предвыборной речи употребление данной ценности позволяет успешно создать образ кандидатов, кто уделяет должное внимание благам народа, кто служит своим народам, кто способствует развитию своего народа правильным и мудрым политическим управлением.

- Роль, позиции государства в современном мире определяют не только и не столько природные ресурсы, производственные мощности, я говорил уже об этом, а прежде всего люди, условия для развития, самореализации, творчества каждого человека.

Обращение к ценности «человек» позволяет оратору возбудить желаемую эмоцию у избирателей, поскольку они могут читать и слушать себя в предвыборной речи, найти свое место в целом политическом плане кандидатов.

В предвыборной речи ценность человек воплощается не только словом человек, но и народ, гражданин, россиянин и др..

- Поэтому в основе всего лежит сбережение народа России и благополучие наших граждан.

- Сохранить и укрепить здоровье, увеличить продолжительность жизни россиян.

Результаты проведенного нами анализа доказывают, что ценности на уровне «нравственности» являются актуальными и ключевыми в предвыборной речи. Активное употребление ценностей данного топической категории



с одной стороны, позволяет создать авторитетный образ кандидата, а с другой, воздействует на эмоцию избирателей и приближает их к своей позиции.

### **Литература**

1. Анисимов С.Ф. Ценности реальные и мнимые. – М., 1970.
2. Волков А.А. Курс русской риторики. Изд. 3-е исправленное и дополненное. – М.: Издательский дом «Русская панорама»; Издательство «Кафедра» 2013.
3. Каган М.С. Философская теория ценности. – СПб.: Петрополис, 1997.
4. Усачева А.Н. Лингвистические параметры концепта «состояние здоровья» в английском языке: дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2002.
5. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2003.

*Hua Erzhi*

### **THE TOPICAL CATEGORY “MORALITY” AS A MEANS OF PERSUASION IN POLITICAL DISCOURSE**

*Annotation.* The article discusses the features of the use of “morality”, values of the topical category in the Russian pre-election speech as a genre of political discourses. The role and functions of values in creating persuasiveness and effectiveness of speech are determined, their possible classifications are summarized, and the rhetorical characteristics of “morality”, the values of the category are analyzed in pre-election speech.

*Keywords:* values, topical system, pre-election speech, means of persuasion.

## ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА КАК ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА<sup>10</sup>

*Аннотация.* В данной работе изучается политическая риторика как практическая деятельность политического субъекта. Рассматривается связь между политической риторикой и другими составленными частями политического процесса. В работе также излагаются главные функции политической риторики в этом процессе и обобщается значение изучения политической риторики в теоретическом и практическом аспектах.

*Ключевые слова:* политическая риторика, политический процесс, деятельность политического субъекта, функции политической риторики, значение изучения политической риторики.

В современной системе речеведческих наук политическая риторика как раздел частной риторики быстро развивается. Она главным образом понимается как теоретическая система для изучения политического дискурса, которая предлагает особый подход для выявления сущности данного вида дискурса. Однако нужно отметить, что политическая риторика также рассматривается в практическом аспекте. Это объясняется прежде всего пониманием термина «риторика». Еще в древней Греции при Аристотеле риторика определялась как «способность», что прежде всего адресовано к речевой практике. Одно из главных направлений изучения китайских русистов является перевод терминов гуманитарных наук, в том числе лингвистических. Переводческие опыты показывают, что термин «риторика» является эквивалентом как самой науки о речи, так и соответствующей речевой практики. Таким образом, в настоящей работе политическая риторика, помимо теоретической системы, понимается как процесс речевой деятельности, в котором употребляются риторические средства для достижения коммуникативной цели.

Политическая риторика является распространенным феноменом в политическом процессе. Иными словами, политическая риторика всегда сопрово-

<sup>10</sup> Данная работа опубликована при поддержке научного гранта Национального фонда социальных наук под названием проекта «Сопоставительное исследование механизма риторической аргументации в китайской и русской политических дискурсах» (18XYU033).

ждает стремление к политической власти, которая является целью действий политических субъектов. Но при этом нужно подчеркнуть, что политическая власть представляет собой действительный авторитет только при условии приобретения легитимности, которой добивается путем риторического убеждения. Без политической риторики не может и речи о приобретении, существовании и функционировании политической власти. Значимость политической риторики объясняется следующим:

Во-первых, в истории человечества власти всегда заявляют о своей легитимности, проводя риторическую аргументацию и употребляя речевые средства для убеждения. Часто слышится, что власти объясняют свое право на управление либо как проявление духа Бога, либо как представление интересов народов. При этом в политической риторике всегда подчеркиваются такие ценности, как «справедливость», «свобода», «счастье» для убеждения публики в поддержке действующей власти.

Во-вторых, функционирование власти требует подчинения от народа. В политическом процессе важнее всего составление и реализация общественных правил. При этом играет важную роль политическая риторика, цель которой заключается в убеждении публики. Политическая риторика заставляет публику убедиться в правильности и доступности общественных правил. Приведем пример: в настоящей политической жизни наблюдается активное употребление выражения «общественные правила» вместо «государственные правила», что, в сущности, уже считается стратегией риторической риторики. Выражение «общественные правила» сосредоточено на том, что правила составлены для общественных благ и характеризуются публичностью, скрывая факт, что сама власть является субъектом составления правил.

Взаимоотношение составляющих частей политического процесса изображается в следующей схеме:



В политическом процессе политическая риторика выполняет следующие функции:

(1) Осуществление политического убеждения.

Для того, чтобы доказать легитимность власти, необходимо реализовать функцию убеждения в практике политической риторики. Под политическим убеждением понимается речевая деятельность политического субъекта с целью

220 | изменить политическое сознание объекта при использовании политической эмоции и политической оценки, для оказания политической поддержки путем реализации успешной политической риторики.

(2) Определение легитимности власти.

Легитимность является условием для ведения политической деятельности. Она в полной мере зависит от эффективности убеждения политической риторики, которой добивается политический субъект для воздействия на политический объект. На основе риторического разделения средств убеждения на логос, пафос и этос мы выделяем в политической риторике апелляцию к традиции, апелляцию к авторитету и апелляцию к правовым принципам. При апелляции к традиции политический субъект заявляет политические традиции источником своей власти. Таким образом, власть будут поддерживать те, кто верит в такие политические традиции. Во время апелляции к авторитету создатель политической риторики обращает внимание на священность власти как средство убеждения. В апелляции к правовым принципам политический субъект рассматривает общепринятые правовые принципы источником власти, и легитимность власти исходит из норм, правил и законов, среди которых в первую очередь опираются на Конституцию государства и закон о выборах.

(3) Проведение политической пропаганды.

Политическая пропаганда является важной частью политического процесса, она представляет собой также процесс, в котором политический субъект оказывает воздействие на политическую психологию и политические поступки объекта путем образования политической риторики. В этом отношении в политической риторике больше внимания обращается на пафос объекта, чтобы вызвать у него желаемую эмоцию и прийти к общему переживанию с субъектом. Короче говоря, цель политической пропаганды также заключается в возбуждении политической эмоции, соединении политического сознания, порождении политического консенсуса. Эффективность политической риторики определяют результаты политической пропаганды. При этом важна риторическая теория аудитории, которая позволяет создателю речи использовать политическую риторику с учетом психологических, физических и духовных особенностей аудитории.

(4) Образование политической реальности.

Взаимоотношение между реальностью и речью обсуждалось еще в древности. В отличие от объективности реальность становится воспринимаемой только тогда, когда она описывается в виде речевых выражений. Итак, политическая реальность передается политической риторикой, сущность которой состоит в описании перспективы будущей прекрасной жизни под управлением настоящей власти и приведении политической жизни объектов к желаемому направлению власти. Несмотря на то, что все это предлагается как вымысел, люди всегда охотно верят в правдивость реальности, которая выражается

в политической риторике. Еще Аристотель отметил, что объект политической риторики всегда адресован в будущее, в отличие от того, что риторика судебная обращена в прошлое, а риторика торжественной речи говорит о настоящем. Естественно, что образовать политическую реальность с риторическим подходом непросто, поскольку это целый процесс от мысли до слов: необходимо изобрести политическую идею, создать подходящую систему ценностей, определить канал коммуникации, выразить политическое намерение вербально.

(5) Осуществление политической манипуляции.

В истории эволюции науки риторика всегда подвергалась критике и подозрению в том, что ее могут употреблять для обмана, как это и было в древней Греции у софистов. Надо отметить, что риторика как умения и навыки сама по себе не бывает хорошей или плохой, все может сводиться к цели общения. Политический процесс всегда опирается на определенную идеологию, которая разделяет публику на сторонников, противников и тех, кто держит нейтральную позицию. Политическая риторика в адрес противников и нейтральной группы часто делает манипуляцию целью коммуникации, находя целенаправленные аргументы и средства выражения.

(6) Отражение политической цивилизации и ее эволюции развития.

Политическая цивилизация обозначается активными политическими достижениями и состоянием прогресса путем преобразования себя и общества человечеством. Она включает в себя цивилизацию политического сознания, цивилизацию политического строя и цивилизацию политической деятельности. Политическая цивилизация невозможна без политической риторики, которая, с одной стороны, выражает первую, а, с другой, способствует или препятствует развитию цивилизации.

Исходя из вышеизложенного можно прийти к выводу, что политическая риторика является решающим элементом политического процесса, и она требует глубокого исследования с целью выявления правил развития политического процесса. Мы считаем, что изучение политической риторики имеет следующие теоретические и практические предпосылки.

Во-первых, изучение политической риторики является одной из варьируемых величин для анализа политической власти. Выявление особенностей употребления данной величины позволяет всесторонне нарисовать панораму развития политической власти. Другими словами, риторический подход к изучению политического процесса предоставляет возможность выявить, как функционирует политическая власть под влиянием политической риторики, как она возникает, растет или исчезает.

Во-вторых, изучение политической риторики расширяет сферу исследования политологии и речеведческих наук. Политология по праву включает в себя такие разделы, как теория политологии, методология политологии, сопоставительная политология, общая политология, международная поли-

222 | тология, экономическая политология, культурная политология, социальная политология и т.д. По мере непрерывного развития политической практики, сфера изучения политологии все время расширяется. Междисциплинарное и многоаспектное рассмотрение создает возможность включить лингвистический аспект, в том числе риторический аспект в систему изучения.

В-третьих, изучение политической риторики предлагает новый подход к изучению политологии. Риторика как наука об эффективности речи предлагает теории для анализа политического процесса, поскольку он сам по себе носит словесный характер, и убедительность является одним из его ключевых качеств. Это обогащает методы изучения политологии.

В-четвертых, изучение политической риторики обогащает знания публики о политике, поскольку помогает человеку познакомиться с речевыми правилами и нормами политического процесса, узнать особенности политических действий, выраженных в речи.

В-пятых, изучение политической риторики улучшает политические умения публики. В политической коммуникации публика играет роль политического объекта, и она подвергается риску стать жертвой политической манипуляции. Изучение политической риторики не только учит создателя речи образовать эффективную продукцию, но и помогает публике разобраться в скрытом смысле выражений, более того, в цели коммуникации политического процесса.

Таким образом, изучение политической риторики важно для политической жизни стран и мира в целом, оно способствует гармоничному развитию политического процесса и отвечает запросу общества на создание эффективной политической коммуникации.

### Литература

1. Аннушкин В.И. Язык и жизнь. Книга о русском языке – речи – слове. М., 2009.
2. Политология: Курс лекций / Под ред. М.Н. Марченко. Изд. 3-е, перераб. и доп. М., 1999.
3. Рождественский Ю.А. Принципы современной риторики. М., 1999.
4. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика. М., 2002.

*Huang Mei*

### POLITICAL RHETORIC AS A PRACTICAL ACTIVITY OF THE POLITICAL PROCESS

*Annotation.* This paper examines political rhetoric as a practical activity of a political subject. The relationship between political rhetoric and other constituted parts of the political process is considered. The paper also sets out the main functions of political rhetoric in this process and summarizes the implications of studying political rhetoric in theoretical and practical aspects.

*Keywords:* political rhetoric, political process, political activity, functions of the political rhetoric, the significance of studying political rhetoric.

## РИТОРИКА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ КАК ОПТИМИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В ОБУЧЕНИИ РКИ

*Аннотация.* В статье рассматриваются публицистические тексты для обучения РКИ, риторика журналистов, формирование коммуникативных процессов.

*Ключевые слова:* публицистический текст, коммуникативные навыки, обучение РКИ, метафорические модели, лексическая тема «Спорт».

Изучение русского языка на основе текстов представляет собой наиболее традиционную форму подачи учебного материала, который в дальнейшем закрепляется в виде системы упражнений. Обучение русскому языку как иностранному (РКИ) базируется на основе частично адаптированных и оригинальных русских текстов разных типов и жанров. Газетно-публицистические тексты привлекаются для знакомства иностранцев с языком средств массовой информации с целью получения оперативной информации различного рода: спортивной, политической, социально-экономической, культурной и др.

Чтение периодических изданий занимает особое место в жизни современного образованного человека, поскольку представляет собой один из важнейших способов получения информации, а потому играет одну из главных ролей в процессе обучения иностранному языку. При этом информация существует как в печатной, так и в электронной форме. На сегодняшний день в Интернете насчитывают большое количество электронных периодических изданий.

В настоящее время на страницах периодических изданий наблюдается «метафорическое оживление». Журналисты часто обращаются к метафорам, используя устойчивые сочетания, пословицы, поговорки, «крылатые слова». В публицистике можно встретить различные приемы необщепринятого употребления метафор: обновляются их значения, изменяется их состав или грамматическая форма и т. д. При этом на первый план выдвигается образность и оценочность метафор; зачастую речевые обороты, основанные на использо-

224 | вании идиом и устойчивых сочетаний, оказываются яркими и остроумными. Роль метафорических лексем в отражении национальной культуры, а значит, и в формировании культуроведческой компетенции является общепризнанной. Используя газетный материал, содержащий метафорические языковые средства, можно научить иностранцев давать толкование фразеологическому обороту или лексеме с переносным лексическим значением, отмечать их эмоционально-экспрессивную окраску, обнаруживать цель использования метафор и, наконец, формировать потребность уместно и точно употреблять в своей речи различные метафорические единицы.

Вместе с тем нельзя исключить из публицистического текста образные конструкции, так как они способны выполнять, наряду с когнитивной и номинативной функциями, функции характеристики, формирования у адресата необходимого эмоционального состояния и мировосприятия.

Правильное понимание русской речи в устной и в письменной формах, свободное общение на русском языке невозможны без овладения минимумом метафорического богатства русского языка. Необходимость овладения метафорическим минимумом обусловлена тем, что «определенная часть русской метафоры относится к номинативным средствам языка». Усвоение ее – это «необходимое условие овладения русским языком как средством коммуникации» [1: 421].

Метафоры способны вербализовать явление в любом речевом произведении, в том числе в текстах средств массовой информации. По наблюдению А. Н. Савченко, СМИ ярко демонстрируют тот факт, что «образы, усиленные, обогащенные речевым выражением, могут иметь познавательное значение, поскольку они отражают типичные явления жизни. Эти образы с полным основанием можно назвать обобщающими. Элементы образного обобщения содержатся уже в метафоре и сравнении; поскольку в них конкретный образ отождествляется в воображении с другим, который выступает в роли обобщающего» [2: 24].

Еще одно важное качество метафорических моделей – их вненациональный характер. Механизм обнаружения общих признаков, например, у спортивного состязания и военного сражения, у спортсмена, поглощенного соревнованием, и яростного зверя не является национально специфичным. Поэтому именно различные экспликации военной и зооморфной метафор позволяют обучающимся понять семантику метафорической единицы иностранного языка. Понимание осуществляется в сопоставлении с метафорической единицей родного языка, а выделение общих черт двух языков способствует быстрому усвоению семантики национально-культурного компонента.

Выявление дифференциального и общего в русском и родном языках учащихся некоторые методисты считают определяющим. Общеизвестно, что в процессе обучения русский язык и родной язык учащихся вступают во вза-



имодействие, являющееся следствием явления переноса. В лингводидактике перенос определяется как «сложное явление человеческой психики, скрытый механизм которого позволяет человеку не только использовать в мыслительной и моторной деятельности имеющиеся у него знания, умения и навыки, но и переносить их на вновь приобретаемые знания, умения и навыки» [3: 64]. Система родного языка учащихся оказывает влияние на формирование новой языковой системы, это происходит при усвоении каждого лингвистического явления на всем протяжении изучения русского языка как иностранного.

Вместе с тем на всех уровнях современного русского языка наблюдается национально-культурная специфика. Особенно яркое и непосредственное проявление национальная самобытность языка получает на лексическом и фразеологическом уровнях. В спортивных материалах газет метафорические модели реализуются лексемами – собственно метафорами (таковы, например, метафорические наименования спортивных действий и их субъектов: битва, бой, война, бомбардир, снайпер, легионер), сравнительными оборотами («После броска шайба предстала лягушкой-квакушкой, умеющей прыгать через щиток вратаря»; «Кто-то из наших коршуном налетел на защитника»), фразеологизмами («Те, кто понюхал порошу, вошли в состав команды»; «...удалось влить свежую кровь» (пополнить команду); «...придется поломать голову и предельно напрячь мышцы, чтобы раскусить сей крепкий орешек»).

Различные приемы работы с такой образной лексикой и фразеологией согласуются с общепризнанной в современной методике преподавания и педагогической практике идеей о том, что важнейшим средством оптимизации учебного процесса является национально-ориентированное преподавание. Это «главная методическая установка, на основе которой реализуются принципы сознательности, системности, функциональности, коммуникативной направленности, определяются адекватные формы и приемы обучения» [4: 71]. В методике преподавания русского языка в национальной школе и русского языка как иностранного данная точка зрения предполагает, что «отбор языкового материала и последовательность его введения должны целиком обуславливаться системой русского языка с учетом коммуникативных целей обучения, внутренней логикой языка и законами его естественного функционирования» [5: 71].

Коммуникативная направленность – это главный метод обучения русскому языку. Его реализация выявила одно из важнейших условий овладения метафорической лексикой и фразеологией – введение и закрепление метафорических единиц в контексте. Только изучение реального функционирования языковой единицы в речи дает истинное представление о ее сложной смысловой структуре.

При изучении лексической темы «Спорт» невозможно обойти конструкции и лексемы, реализующие метафорическое представление о спортивном

226 | состязании, о его участниках и результатах. Отбирая языковой материал для занятий, следует ориентироваться прежде всего на наиболее часто эксплицируемую метафорическую модель. В публицистических текстах таковыми являются представления о спортивном состязании как о войне или о болезни в зависимости от позиции участника события: является он спортсменом, тренером или болельщиком. Изучение темы «Спорт», как представляется, интересно не только как способ выявления увлечений студентов, а значит, и актуализации языкового материала, но и как способ приобщения иностранцев к культуре страны изучаемого языка.

Метафоры в спортивных комментариях и очерках выполняют различные функции. Номинативную функцию в том случае, если именуют явление: болеть, болельщик, состязание, победа и др. Эмоциональная и прагматическая функции реализуются, когда они отражают эмоциональное состояние и мировосприятие говорящего и формируют таковые у адресата: «нападает кучка гвардейцев кардинала», «Фаворит рассержен, задета его честь, он снимет со стены дедовский винчестер и достанет все патроны»). Важной является также экспрессивная (изобразительная) функция, которая позволяет сделать высказывание более ярким, наглядным: «подсластили горчайшую пилюлю»; «кровопролитный бой», «И пуля – не дура, и штык молодец». Среди контекстов с изобразительной ролью метафорических моделей следует особенно выделить такие, в которых с помощью метафоры характеризуется предмет описания: «Медведь победил заезжего охотника. Значит, тот оказался слабее в самый важный момент битвы. Грустно, но так бывает: охотники не всесильны».

Изучение публицистических текстов на уроках РКИ – это основа для развития речевой среды. Их применение способствует решению сложных аспектов обучения, например, приобщение к культуре страны изучаемого языка и ориентирование в современном социокультурном пространстве.

Тексты публицистического стиля в силу его жанрового разнообразия и социокультурной значимости предоставляют неограниченные возможности для реализации целей обучения РКИ. Умения, которые относятся к коммуникативным, успешно формируются в работе с текстами публицистического стиля, так как специфическими признаками стиля являются информативность, точность, доказательность, открытая оценочность речи, экспрессивность.

Практическая направленность публицистического стиля ориентирует обучающихся на овладение общественно-политической лексикой, синтаксисом публичных выступлений, такими популярными жанрами публицистического стиля речи, как эссе и разные виды очерка, в ориентации на овладение устной формой речевой деятельности – докладом, выступлением в прениях. Работа с публицистическим текстом на уроках русского языка как иностранного позволяет развивать творческий потенциал иностранцев, пополнять их словарный запас, улучшать качество речи.

Итак, публицистический текст учит выражать свои мысли в устной и письменной форме. Студенты отвечают на вопросы к тексту, комментируют его содержание, высказывают свою точку зрения, составляют письменный вариант собственного текста и т. д. В этом смысле публицистическому тексту отводится особая роль в обучении РКИ. Изучение газетных текстов публицистического стиля помогает иностранцам обогатить речь языковыми средствами, научить убедительно и эмоционально выражать свое мнение, следовательно, сформировать такие качества речи, как оценочность, эмоциональность, экспрессивность. Работа с газетными текстами публицистического стиля на уроках РКИ способствует успешному формированию коммуникативной компетенции обучающихся.

### Литература

1. Швейцер А. Д. О некоторых общих методах лингвистического анализа речевой деятельности билингвов и процесса перевода // Методы билингвистических исследований. М., 1976. С. 33–42.
2. Савченко А. Н. Речь и образное мышление // Вопросы языкознания. 1980. № 2. С. 21–32.
3. Джандильдин Н. Д. Природа национальной психологии. Алма-Аты, 1971. С. 64.
4. Вагнер В. Н. Лексика русского языка как иностранного и ее преподавание. М.: Флинта, Наука, 2009. 104 с.
5. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. Изд-во Московского ун-та, 1971.

*E. W. Chubko*

### THE RHETORIC OF JOURNALISTIC TEXTS AS THE OPTIMIZATION OF COMMUNICATION PROCESSES IN EDUCATION RCTS

*Annotation.* The article deals with journalistic texts for the study of RCT, the rhetoric of journalists, the formation of communicative processes.

*Keywords:* journalistic texts, communicative skills, training RCT, metaphorical model, the lexical topic «Sport».

## РИТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ИМИДЖА СТРАНЫ В ДИСКУРСЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА<sup>11</sup>

*Аннотация.* В данной статье рассматривается роль имиджа страны в дискурсе международного политического кризиса и способы его создания. В работе определяется политический кризис, в том числе международный политический кризис как словесная деятельность, обобщаются функции дискурса в развитии данного вида кризиса, отмечается актуальность создания активного имиджа страны для убеждения публики, также анализируются способы создания дискурса на логическом и речевом уровнях.

*Ключевые слова:* риторика, имидж страны, дискурс, международный политический кризис, средство убеждения.

В настоящее время кризис стал популярным глобальным явлением. Он касается разных областей общественной жизни – политической, экономической, культурной, спортивной и др., среди которых политическая отличается от других видов широкими охватываемыми сферами и большой вероятностью превращения в кризисы других видов. Политический кризис может происходить внутри страны, но может носить и международный характер.

Современное определение политического кризиса приводится в Энциклопедическом словаре – ежегоднике «Безопасность Евразии-2004»: «Кризис социально-политический – социальное и политическое состояние общества, при котором на основе резкого обострения социально-политических противоречий нарушается их стабильность, нормальное функционирование и развитие. Это глубокая дестабилизация социально-политической системы, ставящая под угрозу ее существование, но сама по себе еще не означающая замену данной политической системы другой» [1: 529].

Политический кризис может разделиться на внутренний тип и внешний. Внешний тип по праву называется «международным политическим кризисом». Он проявляется в форме противоречивых отношений между двумя или

<sup>11</sup> Данная работа опубликована при поддержке научного гранта Министерства образования КНР под названием проекта «Риторический подход к изучению кризисного политического дискурса» с номером 17YJA740027.

большим количеством стран. Международный политический кризис может привести к изменению международной политической и экономической обстановки, что оказывает существенное влияние на глобальную и региональную стабильность. Поясним это на примере Украинского и Крымского кризисов. В ноябре 2013 года на Украине был политический кризис, вызванный решением украинского правительства приостановить процесс подписания Соглашения об ассоциации с Евросоюзом. Это решение привело к массовой акции протеста в центре Киева, а также в других городах Украины. Протестная акция в конечном итоге привела к смене власти на Украине, что не было принято на юго-восточной части страны. При этом внутренний политический кризис сделался внешним, то есть международным: начался Крымский кризис, последствием которого явился антагонизм России и США, стран ЕС. Вследствие этого политический кризис перешел в экономическую область, что негативно сказывается на экономическом развитии России и ее противников вплоть до настоящего времени.

Политический кризис, в том числе международный, как вид политической деятельности исследуется рядом гуманитарных и общественных наук – таких, как политология, история, военная наука, теория коммуникации, регионоведение и др. Главная цель изучения заключается не только в выявлении природы политических кризисов, но в их предвидении и урегулировании. При этом просматриваются очевидная возможность и необходимость их изучения в филологических аспектах, в том числе в риторическом. Основные характеристики данного вида кризисов могут считаться событийными и актовными, но важно подчеркнуть, что политический кризис также бывает словесным. По природе международный политический кризис, говоря обобщенно, является борьбой между государствами (народами) за власть и интересы для того, чтобы после кризисных событий завоевать как можно больше преимуществ для своей стороны. В этих кризисных ситуациях защитительные тезисы и идеи выдвигаются в различных формах дискурса – таких, как объявление, заявление, нота, интервью у представителей правительства, пресс-конференция, или даже краткий разговор при встрече с главой других стран. Таким образом, международные политические кризисы, решение и урегулирование которых в большой мере зависят от эффективности политического дискурса, являются объектом изучения лингвистических и филологических наук.

Мы считаем, что дискурс в кризисных ситуациях выполняет следующие функции: Во-первых, данного вида дискурс описывает кризисные события, дает информацию для ознакомления международной общественности с процессом урегулирования кризиса. Стороны, участвующие в урегулировании кризиса, стараются подчеркнуть объективность своего изложения. Однако в дискурсе политического кризиса, как правило, всегда прочитываются речевые выражения, убеждающие в невинности своей стороны и утверждающие

230 | несправедливость партнеров. Такова, к сожалению, стратегия создания дискурса международного политического кризиса. Во-вторых, дискурс международного политического кризиса регулирует его развитие, оптимизирует критическую ситуацию, решает актуальные для кризиса вопросы. В этом отношении данный дискурс имеет явную антикризисную характеристику. Поскольку международный политический кризис может распространиться во времени и пространстве, стороны кризиса стараются, с одной стороны, защитить свои интересы, а с другой, уменьшить возможное негативное влияние на ситуацию в целом. В нередких случаях кризис на словесном уровне проявляется в виде дебатов. В-третьих, дискурс политического кризиса защищает интересы и позиции государства и народа. Сущность кризиса заключается в борьбе за власть и интересы между субъектами в разных областях, поэтому естественно, что в дискурсе проявляются национальные чаяния и стремления. Стоит отметить, что, реализуя эти риторические функции, дискурс международного политического кризиса старательно обращается к созданию активного положительного имиджа страны, что является мощным средством убеждения международной общественности в справедливости и безукоризненности позиции своего народа и страны.

Имидж страны – сложившаяся в массовом сознании и имеющая характер стереотипа совокупность рациональных и эмоциональных представлений о стране, которая формируется на основе собственного опыта и информации, полученной из различных источников [3:180]. В основе имиджа страны лежат национальные образы-символы, которые связаны с географическими, цивилизационными, историко-культурными, этнорелигиозными особенностями. В дискурсе международного политического кризиса создание активного имиджа страны позволяет убедить аудиторию и добиться желаемой цели для выхода из состояния кризисной коммуникации.

Далее проведем риторический анализ имиджа страны в дискурсе кризиса вокруг дело Скрипаля. Политический кризис, вызванный отравлением в Солсбери бывшего полковника ГРУ Сергея Скрипаля, вышел за рамки двусторонних англо-российских отношений и дошел до Совета безопасности ООН, который собрался на экстренное заседание для обсуждения дела Скрипаля по требованию Великобритании. Кризис между Россией и Великобританией вскоре распространился на отношения между Россией и США, а также между Россией с некоторыми членами ЕС. В этом процессе Россия явилась объектом обвинения, но она, в свою очередь, находит слабые места в умозаключениях противников, опровергает возведенные ими обвинения и вполне доказывает свою невиновность, создавая позитивный имидж страны на международной арене.

Для анализа используются такие материалы, как публичные выступления В.В. Путина, его встречи с главами других стран, представителями международных информагентств, его интервью с иностранными журналистами,

публичные выступления С.В. Лаврова, комментарий официального представителя МИД России М.В. Захаровой, пресс-конференцию МИД о деле Скрипаля и др. Общее количество лексики собранных текстов составляет 7650 слов.

Для создания имиджа страны в анализируемых текстах употребляются следующие слова и выражения: «Россия», «Российская федерация», «российская сторона», «мы». Например:

- Россия в полном объеме выполнила свои обязательства, нам нечего скрывать.

- Несмотря на то, что все это было сделано в недопустимой манере, по сути, было предъявлено ультимативное обвинение, Российская Федерация продолжила диалог, как мы думали.

- После получения первых сведений относительно случившегося в Солсбери, российская сторона сделала официальные заявления, сделала их небезосновательно, не только на политическом уровне, но и на высшем уровне от лица государства о том, что Российская Федерация не имеет никакого отношения к тому, что там произошло.

- Поэтому мы готовы к сотрудничеству, мы сразу об этом сказали, готовы принять участие в необходимых расследованиях, но для этого нужно, чтобы была заинтересованность и с обратной стороны.

Для того, чтобы показать, как создается активный позитивный имидж страны, весьма эффективно провести аналогию имеющегося выражения в реальном дискурсе с построением данного риторического обоснования через энтимемы:

Пример 1:

Энтимема: Большая посылка: Страны, которые могут определить средство как «Новичок», знают его состав и по идее могут производить данное вещество.

Малая посылка: Англия в первый момент уже определила характеристики средства.

Вывод: Англия имеет возможность производить данного вещество.

Выражение в тексте: Россия не единственная страна, которая может это вещество произвести.

Пример 2:

Энтимема: Большая посылка: Совместное сотрудничество является эффективным решением проблемы и путем к правде.

Малая посылка: Россия не раз предлагает режим совместного расследования.

Вывод: Россия решает проблему, а Англия нет.

Выражение в тексте: Мы с самого начала предложили работать по этому направлению вместе, но, как Вам известно, британская сторона ответила отказом и занималась расследованием самостоятельно.

## Пример 3

Энтимема: Большая посылка: Выборы президента и чемпионат мира как великие события требуют стабильности в стране и добрых отношений других стран к себе.

Малая посылка: Россия находится накануне этих событий.

Вывод: Следовательно, Россия не может создавать для себя неприятности в ключевой момент развития страны.

Выражение в тексте: Что касается ситуации в целом, думаю, что любой здравомыслящий человек понимает, что это полная чушь, бред, нонсенс: чтобы кто-то в России себе позволил подобные выходки накануне президентских выборов и чемпионата мира по футболу. Просто немыслимо.

## Пример 4

Энтимема: Большая посылка: Все выводы должны быть основаны на доказательстве в форме документов.

Малая посылка: Без документов можно сделать только ложные выводы, а документы отсутствуют.

Вывод: Следовательно, Великобритания не имеет оснований для обвинения России в деле Скрепаля.

Выражение в тексте: Мы хотим, чтобы нам дали хотя бы какие-то документы на этот счет, хоть какие-то материалы.

Список таких примеров может продолжиться, поскольку энтимема является одним из самых популярных и эффективных методов риторического обоснования. В отличие от логического силлогизма, энтимема позволяет пропустить любое звено из трех элементов, как большая и малая посылки, вывод. Пропущенное восстанавливается на основе фоновых знаний и заложенных сознаний получателей дискурса. И таким образом получатель приходит к выводам как бы самостоятельно, без принуждения и манипуляции, а сами выводы кажутся объективными и убедительными.

Помимо риторического умозаключения в дискурсе наблюдаются стратегии на уровне словосочетания. Кроме ссылок на мнения великобританской стороны, выражения, употребляемые для обозначения позиции субъекта политической деятельности, имеют положительные и активные коннотации, например, «сотрудничество», «готовы», «предлагать», «выполнить», «диалог» и т. д.

• Российская Федерация является добросовестным и ответственным участником КЗХО.

• Еще в 1992 году Указом Президента были свернуты все работы в области военной химии. После вступления в силу химконвенции, Российская Федерация аккуратно и скрупулезно следует всем своим обязательствам по этому международному договору.



• Мы с самого начала предложили работать по этому направлению вместе, но, как Вам известно, британская сторона ответила отказом и занималась расследованием самостоятельно.

Важно отметить, что в подобных предложениях «Россия», «Российская Федерация», «российская сторона» и «мы» выполняют синтаксическую функцию подлежащего, что указывает на готовность активно добиваться решения проблемы. При описании кризисной ситуации и обобщения великобританских позиций эти выражения также употребляются как дополнение (в большинстве случаев – прямое дополнение):

• Мне кажется, что вся эта история была создана для того, чтобы с одной стороны спровоцировать Россию, а с другой – переключить внимание британцев с внутренних проблем на Россию и нагнетать вот эту атмосферу.

• Цель также – еще больше изолировать Россию, обложить нас «красными флажками» и санкциями.

В заключение можно сделать вывод о том, что создание имиджа страны реализуется главным образом на логическом и речевом уровнях. Формирование активного и положительного имиджа страны может считать целью и средством убеждения в создании дискурса международного политического кризиса, что помогает международной общественности адекватно и правильно воспринять позицию страны, защищающей свои интересы.

### Литература

1. Безопасность Евразии – 2004. Энциклопедический словарь-ежегодник. Рук. проекта В.Н. Кузнецов. – Издательство: Книга и бизнес, 2006.
2. Галумов Э.А. Международный имидж России. – М., 2003.
3. Нань Лань. Имидж страны: риторический подход. / Риторика и речеведческие дисциплины в условиях реформы образования. Материалы XX Международной научной конференции. 2016, с. 180–183.

### *Zhang Huiqin*

*Annotation.* This article discusses the role of the national image in the discourse of the international political crisis and the way it is formed. The work defines the political crisis, including the international political crisis, as verbal activity, summarizes the discourse functions in the development of this type of crisis, notes the importance of creating the national image to convince the public, and also analyzes ways of creating discourse at logical and speech levels.

*Keywords:* rhetoric, national image, discourse, international political crisis, means of persuasion.

**Чжан Цзюньсян**

*zjx@njnu.edu.cn*

*кандидат филол. наук, доцент Нанкинского университета*

*Нанкин, Китай*

**Луань Цзин**

*1213366950@qq.com*

*аспирант Нанкинского университета*

*Нанкин, Китай*

## **О СИНТАКСИЧЕСКИХ СПОСОБАХ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ОЦЕНОЧНОСТИ В ГАЗЕТНЫХ НОВОСТЯХ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются способы выражения эмоциональной оценочности в газетных новостях. Анализируется роль вводной конструкции, предикативного эмоционально-окрашенного наречия, риторического вопроса в передаче авторской эмоции и оценки, а также выявляется механизм создания автором доверительности с помощью непосредственного обращения к читателю.

*Ключевые слова:* эмоциональность, оценочность, синтаксис, газетные новости, текст.

**О**ценка – это субъективное осознание объективного мира, в котором содержится определенное отношение человека к окружающей среде. Эмоциональность текста отражается в оценке описываемого, выраженной автором на эмотивном основании. Наряду с оценкой рационального характера эмоциональность составляет часть комплексной категории оценочности, понимаемой как «ценностный аспект семантики языковых выражений; отражение в языковых структурах членения говорящими объективного мира с точки зрения его ценностного характера – добра и зла, пользы или вреда и т. п.» [1: 77].

В качестве субъекта оценки автор газетного текста имеет две наиболее значимые грани – частный человек и социальный человек. «Если первая грань (частный человек) обуславливает, прежде всего, субъективный характер выражения мыслей и чувств, эмоциональность и т.д., то вторая грань субъекта (социальный человек) предполагает расширение и усложнение взгляда на мир, стремление автора к объективации информации, к объективности» [3: 15]. В газетных новостях, как и в других газетных текстах, применительно к выражению эмоциональной оценки предопределено теснейшее взаимодействие личностного и социального начал субъекта. При этом либерализация

и демократизация языка постперестроечной периодики напрямую сказывается на характере выражения оценочности: с одной стороны, эмоциональное самовыявление автора предстает как более свободное и раскованное, а с другой стороны, намечается тенденция опосредованного, «ненавязчивого» эмоционального воздействия.

Выражение эмоционально-оценочного содержания текста направлено, главным образом, на речевое воздействие на адресата. Речевое воздействие толкуется как «регуляция поведения реципиента (реципиентов) посредством обращенной к нему (ним) речи – устной или письменной (ораторской, судебной, через средства массовой информации)» [1: 101]. К поведению адресата относится не только внешне выраженный поступок или речевое действие, но и вербально не выраженное изменение в настроениях, психическом состоянии и чувствах. Газетные тексты прагматически нацелены прежде всего на эту последнюю реакцию. Механизм их речевого воздействия на читателя функционирует через организацию текстовых элементов, надлежащим образом обеспечивающих привлечение читателя на сторону автора. В целом эмоциональное воздействие на адресата функционирует по закону «эмоционального заражения»: ценностная ориентация автора передается через реализацию коннотативной функции языка, т.е. с учетом особенностей усвоения информации адресатом, что позволяет вызвать в сознании адресата определенную иррациональную реакцию [4: 60].

Принято считать, что в связи с принципом объективности автор газетных новостей обычно стремится к безоценочному описанию информационного факта. Однако практика показывает, что авторское эмоциональное намерение часто проявляется эксплицитно, что дает возможность самораскрытия эмотивного мира автора и непосредственного формирования у читателя адекватного отношения к оцениваемой предметной информации, ведь как отмечает В.Г. Костомаров, «в любых текстах есть не только предметно-логическая основа, но и эмоционально-экспрессивные структуры» [2: 30]. Это происходит тогда, когда выражение той или иной исходящей от автора эмоциональной оценки событий или ситуаций открытым образом сопутствует сообщению о них. В таком случае риторическая напряженность изложения не только заставляет читателя следовать за ходом мысли автора, но и позволяет заронить такую же мысль.

При выражении эмоциональной оценочности в газетных новостях органически присутствует ряд синтаксических способов изложения. Одним из таких способов является использование вводных конструкций с эмоционально-оценочным значением, например, к счастью, слава богу, на радость, к удивлению, к сожалению, к ужасу.

1) Однако ВЦИОМ периодически радуется себя, и окружающих такими оптимистичными прогнозами, что в них от всей души хочется верить. Очень

236 | хочется верить. Но – не получается. Потому, что прогнозы ВЦИОМ, касающиеся демографии ДФО, к сожалению, не имеют ничего общего с реальной ситуацией. [Известия, Как остановить бегство населения с Дальнего Востока? Почитать прогноз ВЦИОМ, 03.04.2018]

2) Вечером 11 апреля в самом центре Рязани вспыхнул пожар: на улице Некрасова загорелся нежилой деревянный дом. Информация о случившемся, по сообщению ГУ МЧС по Рязанской области, поступила в 22.11. Реагируя на вызов, на место оперативно выехали 15 огнеборцев на 5 пожарных автомобилях.

К счастью, в результате происшествия никто не пострадал. Причина возгорания и нанесенный пламенем ущерб устанавливаются. [КП, В самом центре Рязань сгорел нежилой деревянный дом, 12.04.2018]

В обоих примерах используются вводные конструкции. Вводная конструкция «к сожалению» вполне эмоциональна, она подчеркивает авторское недоверие к прогнозам. Во втором примере речь идет о пожаре в самом центре Рязани. Пожар вспыхнул вечером, и на место оперативно выехали огнеборцы. Благодаря им никто не пострадал. Здесь автор использует вводную конструкцию «к счастью» для того, чтобы выразить свое одобрение к огнеборцам.

Как известно, в русском языке существует немало предикативных эмоционально-окрашенных наречий, например, жаль, приятно, печально, стыдно, скучно, интересно и т.п. Для реализации эмоциональной оценочности новостного текста часто употребляются именно эти наречия с семантикой «эмоциональная оценка». Как правило, такой лексико-грамматический разряд слов употребляется в функции сказуемого в безличном предложении.

3) И вот народ снова может сделать свой выбор! Лондонский Музей естественной истории (Natural History Museum, London) запустил голосование в номинации «Выбор народа» в рамках конкурса «Лучший фотограф дикой природы года» (Wildlife Photographer of the Year), который проводится уже в 52-й раз. Для нас особенно приятно, что среди номинантов есть россиянин Виктор Тяхт с поразительным снимком «Крылья радуги». [КП, Дикие, но симпатичные – известнейший конкурс запустил голосование в номинации «Приз зрительских Симпатий», 05.01.2017]

В этом примере используется предикативное наречие приятно, которое передает чувство гордости, испытываемое автором. Очевидно, что здесь автор четко выражает свою субъективную эмоцию, ведь среди номинантов конкурса «Лучший фотограф дикой природы года» есть и россиянин. Таким образом, с одной стороны, читатель получает объективный информационный факт, а с другой стороны, как россиянам, им легко испытывать такую же гордость, какую испытывает автор текста.

В самом деле, в газетных новостях часто встречаются типичные эмоционально-оценочные разряды слов в функции сказуемого для прямого выражения авторской эмоциональной оценки.

4) Во всей этой истории печально, что опыт, полученный «Севильей» и Винченцо Монтеллой, не будет реализован и развит через год [Евро-футбол, «Баварии» хватило класса, чтобы ответный четвертьфинал Лиги чемпионов стал скорее формальностью, 04.04.2018].

5) Дух старого мультика сохранили, жалко, что технику рисования и самого дядю Федора изменили» (КП, «Дух старого мультика сохранили»: реакция пользователей соцсетей на первую серию «Возвращение в Простоквашино», 04.04.2018].

6) Интересно, что губернатор призвал депутатов-бизнесменов краевого парламента вкладывать свои ресурсы как раз в территории опережающего социально-экономического развития» (Алтайская правда, Резиденты ДОСЭР Алтайского края уже в этом году откроют первые производства, 04.04.2018].

Эмоциональная оценочность проявляется в газетных новостях также через непосредственное обращение автора к читателю в локальном контексте. Персонально ориентированное обращение осуществляется, главным образом, посредством личных местоимений 1-го и 2-го лица с соответствующими глагольными формами. Такой прямой выход на читателя представляет собой открытую имитацию общественно-обиходной речи, направленную на активное воздействие на массового читателя путем придания изложению особой доверительности. В результате можно создать определенную связь с читателем, внушить ему интерес к упомянутому информационному факту, убедить его в важности темы.

Газетные новости – это результат передачи информации с промежутком времени, потому что автор описывает информационные факты, а читатели их читают после редакции, верстки и издания в типографии. Можно сказать, что речевая суть газетных новостей – это не столько монолог самого автора, сколько диалог между автором и читателем. Оба они присутствуют в новостях в скрытом виде. Когда автор сближает текст с каждым отдельным читателем и тем самым вовлекает его в процесс совместного осмысления, он подчеркивает диалогическое взаимодействие с читателями. Эффективность влияния такой имитированной диалогизации на читателя обеспечивается тесной координацией «я» (т.е. автора) и «ты» (т.е. читателя).

7) Не следует приобретать яйца, а также другие пищевые продукты, в местах несанкционированной торговли – с рук и автомашин, а если вы решили приобрести готовый кулич, обратите внимание на его состав. [КП, Роспотребнадзор рассказал, как выбирать яйца и куличи к Пасхе, 04.04.2018]

8) Январское решение суда подтверждает позицию Роскомнадзора и наделяет платформу исключительным правом на распоряжение открытой информацией (регистрируясь в соцсети, вы принимаете соответствующее пользовательское соглашение). При этом все остальные участники рынка останутся не у дел. [Новая газета, Деньги за красивый профиль, 05.01.2017]

В седьмом примере рассказывается о том, как правильно выбирать яйца и куличи к Пасхе. С помощью использования второго лица (а если вы..., обратите...) автор как будто посредственно общается с читателем и дает совет при выборе продуктов к Пасхе. А потенциальному читателю-покупателю легче принять такой совет в ходе проведения «письменного обсуждения» с автором. В восьмом примере с помощью второго лица (вы принимаете...) автор сокращает расстояние с читателем. В описании он словно ведет диалог с читателем, дает ему совет по поводу защиты собственной информации, что уменьшает официальность сообщения. Видно, что в обоих примерах авторы ориентируются на активное воздействие на массового читателя путем придания изложению особого доверительного характера.

Для привлечения читателя к совместному обсуждению вопросов, а также для создания диалога с ним в газетных новостях автор нередко использует риторический вопрос. Риторический вопрос – это специальная конструкция для выражения определенной оценки с помощью своей выразительности. Иными словами, в риторическом вопросе не обязательно нужен конкретный ответ, ведь возможный ответ уже включен в заданный вопрос. Риторический вопрос привлекает к себе внимание читателя и заставляет его размышлять о заданном вопросе и мысленно общаться с автором. Такой способ выражения авторской позиции весьма привлекателен, а иногда даже носит иронический характер.

9) Физическое состояние «очищенных» зверьков улучшалось, и они жили на 20 процентов дольше своих собратьев. Ученые обнадеживают: следующий шаг – эксперименты на людях. Препараты, способные избирательно уничтожать и выводить старые клетки из человеческого организма, уже разработаны. Кто знает, вдруг они станут долгожданным эликсиром молодости? [КП, Самый обнадеживающий: снадобье, которое реально омолаживает, 08.04.2017]

В девятом примере автор задает вопрос, но не ждет ответа читателя на него, ведь риторический вопрос в данной заметке служит эмоциональным выражением авторского мнения. Здесь он рассказывает о снадобье, которое, наверное, имеет функцию омолаживания организма человека. В риторическом вопросе автор выражает свое одобрение по отношению к такой творческой инициативе, ведь многие пока не уверены в этой попытке.

У автора газетных новостей должна быть сознательная установка на определенные средства выражения. Если автор намерен выразить собственное мнение, предположение или даже критику, он предпочитает использовать языковые средства с эмоционально-оценочными окрасками. В целом новости в современных российских газетах становятся все более привлекательными благодаря открытому проявлению своей эмоциональной оценочности.

**Литература**

1. Васильева Н.В., Виноградов В.А., Шахнарович А.М. Краткий словарь лингвистических терминов. – М.: Русский язык, 1995. – 175 с.
2. Костомаров В.Г. Тексты в масс-медиа // Журналистика и культура русской речи. 2004. № 3.
3. Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира // Публицистика и информация в современном обществе. – М., 2000. – С. 9–23.
4. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 141 с.

*Zhang Junxiang, Luan Jing*

**ON SYNTACTIC WAYS OF EXPRESSING EMOTIONAL  
EVALUATION IN NEWSPAPER NEWS**

*Annotation.* The article deals with the ways of expressing emotional evaluation in the newspaper news. The author analyzes the role of the parenthesis, predicative emotional-colored adverb, rhetorical question in the transmission of the author's emotion and evaluation, and also reveals the mechanism of the author's confidence creation by direct appealing to the reader.

*Keywords:* emotionality, evaluation, syntax, newspaper news, text.

**Н.Ж. Шаймерденова**

*nursulu.msu@gmail.com*

*доктор филол. наук,*

*профессор Казахстанского филиала МГУ имени М.В. Ломоносова  
Астана, Казахстан*

**Д.Б. Аманжолова**

*jetta.aman@mail.ru*

*кандидат филол. наук, доцент Евразийского гуманитарного института  
Астана, Казахстан*

## **РИТОРИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ: ИСТОКИ И ВЫЗОВЫ МЕДИЙНОЙ ЭПОХИ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются проблемы судебной риторики в Казахстане, важность риторического обучения и практики эффективной целесообразной речи в современном казахстанском обществе и образовании.

*Ключевые слова:* риторика, культура речи, оратор, образование.

**Х**ХII Международная научная конференция «Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение» поднимает ряд актуальных проблем в области филологического образования, в том числе профессиональной риторики и культуры делового общения специалистов.

Для Казахстана данный аспект является актуальным еще и потому, что вопросы культуры речи в обществе напрямую связаны с формированием полиязычного образования (на это направлена реализуемая в стране программа трехязычия). Однако, профессиональная подготовка и переподготовка кадров в казахстанских вузах в условиях обновления содержания образования, с одной стороны, требует выработку речеведческих компетенций бакалавра (магистра), с другой стороны, минимизирует место риторики и других коммуникативных дисциплин (например: «Логика», «Культура речи») в образовательных программах для филологов, юристов, правоведов и др. В рамках данной статьи обратимся к проблемам судебной риторики, важности риторического обучения и эффективной целесообразной речи в современном казахстанском обществе и образовании.

Древнегреческий оратор и философ, основоположник риторики Горгий (483–375) в одном из своих трактатов, размышляя о силе слова, заметил: «Слово есть великий властелин, который, обладая весьма малым и совершенно незаметным телом, совершает чудеснейшие дела. Ибо оно может и страх



изгнать, и печаль уничтожить, и радость вселить, и сострадание пробудить... Сила убеждения, которая присуща слову, душу формирует, как хочет» [1: 64].

Эти слова в эпоху новейших технологий и динамичных трансформаций становятся все более востребованными. XXI век в отдельных исследованиях именуется «постграмотной эпохой» [2: 58], столь разнообразной, противоречивой, наполненной стремительным ростом коммуникационных систем, которые требуют знания законов риторики практически во всех профессиональных сферах, в том числе и юридической.

Как известно, обучение в Древней Греции было основано на усвоении цикла дисциплин, называемых «Septem Artes Liberales» (перевод с лат.: «семь свободных искусств») [3], которые составляли основу античной (греко-римской) и средневековой систем образования. Они включали грамматику, диалектику (логику) и риторику (представлявшие собой низшую ступень познания – тривиум), а также арифметику, геометрию, музыку и астрономию (высшая ступень – квадриум). Целью образования древних греков было постижение учащимися всего круга знаний, то есть образование имело универсальный («энциклопедический») характер. В эллинистическую эпоху преподавание «свободных искусств» было дополнено практикой интерпретации текстов выдающихся поэтов, писателей и философов, а также сведениями математического и естественно-научного характера. Римляне придали системе «свободных искусств» более организованный характер и расширили ее за счет введения новых дисциплин.

Современное образование во многом отошло от классической фундаментальности, хотя еще относительно недавно в высших учебных заведениях Казахстана основы классических наук («Риторика», «Логика», «Латинский язык», «Античная культура» и др.) входили в перечень базовых дисциплин гуманитарных специальностей, поскольку способствовали повышению лингвориторической компетенции, критическому и системному мышлению, речевой культуре и т. д.

В связи с бурными процессами модернизации системы образования, охватившими Казахстан с 2016 года, в системе вузовской подготовки бакалавров гуманитарных специальностей классические науки (из вышеупомянутых дисциплин тривиума и квадриума) «ушли» вовсе, и лишь в некоторых вузах логика и риторика вводятся как элективные дисциплины (курсы по выбору). Преподавание латинского языка на филологических и юридических специальностях также не повсеместно, что, безусловно, не может не сказаться на функциональной грамотности специалистов.

Изменения, последовавшие за обновлением содержания образования в Казахстане, коснулись смены типов коммуникации, смешения типов речевой культуры, билингвальной и полиязычной среды, что требует усиления внимания к овладению культурой письменной и устной речи [4: 22]. Уровень профес-

242 | сиональной компетентности юристов и качество современного образования взаимообусловлены и взаимосвязаны, они отражаются в культуре мышления, языке и речи. Все это находит выражение в слове, которое является основным «строительным материалом» в профессиональной деятельности юриста.

Вполне закономерно возникает вопрос, какие изменения происходят в современном мире и важно ли все это учитывать в процессе подготовки студентов юридических специальностей?

Прежде всего, меняется скорость прочтения и восприятия текста. Вместе с тем компьютерные технологии позволяют учитывать эти изменения и представлять письменный текст в новом формате с целью лучшего его усвоения: смена шрифта, выделение слов, изменение кегля и мн. другое. Также меняется формат общения (устного и письменного), появляется новый тип коммуникации – сетевое общение (дисплейные тексты), что сказывается на культуре мышления и скорости установления причинно-следственных связей, смены типа мышления. Так, на смену понятийному мышлению приходит клиповое мышление, что также оказывает влияние на степень понимания того или иного текста. Развивается клиповое мышление, что влечет за собой увеличение количества людей, не способных читать и понимать объемные тексты, стремящиеся к компрессии.

Все это выдвигает ряд проблем, связанных с обучением и практикой студентов, и на первый план выдвигаются риторические вопросы, как например, надо ли менять что-то в системе подготовки юристов, или как научиться соответствовать требованиям работодателей. Совершенно очевидно, что сегодня работодателю нужен специалист с фундаментальными знаниями, критическим мышлением и владеющим навыками логического построения текста, убедительной и грамотной речью, которая будет понятна каждому человеку. Он, выполняя запросы обычного гражданина и зачитывая судебные акты, будет обращать внимание на обратную связь, которая строится на обоюдном понимании. Однако, современная вузовская подготовка, как мы ранее отмечали, не может в полной степени удовлетворить работодателя – подготовить специалиста со всем «набором» компетенций.

В этой связи встает вопрос, может ли молодой человек сам учиться и всему обучаться? В какой-то степени может, ведь наступила эпоха самообразования, и для этого есть все необходимые ресурсы. Именно поэтому актуализируется вопрос качественных ресурсов, аутентичных источников, во избежание «фейковых» информационных зон.

Таким образом, в техногенную эпоху многие теряют навыки живого общения, компрессии (сжатия) текста, умения говорить убедительно и грамотно, которые позволяют обычному человеку понять, о чем ему говорят и что ему пишут представители юстиции. Но цена слова в письменной и устной речи юристов (судей, адвокатов и др.) – это жизнь, и поэтому все тексты в пись-

менной форме и при устном прочтении должны быть правдивы, просты, логично выстроены и ясны.

На проблему профессионального юридического дискурса, проблеме понимания vs. непонимания у судей обратил внимание председатель Верховного суда Республики Казахстан Ж.К. Асанов на одном из открытых заседаний, в котором он отметил, что «умение грамотно, кратко, ясно, четко, понятно для участников коммуникации представляют собой необходимые составляющие любой судебной речи» [5]. Им были обозначены проблемы институционального характера, о системе подготовки юристов в целом (от вузовского до послевузовского уровней), о непонимании и сложности языка юридических документов (особенно – судебных решений), которые возникают у людей, обратившихся в суд. Таким образом, впервые вопросы о том, что происходит в современной системе подготовки юристов и какие пути решения есть для этого, были подняты на общереспубликанском уровне – был проведен международный форум «Судебная риторика: вопросы практики и обучения» (21 мая 2018 года в г.Астане).

Безусловно, данный форум лишь обозначил вызовы времени, среди которых главный – это необходимость совершенствования и улучшения качества подготовки судей и юристов в целом. Об этом говорили приглашенные участники и эксперты. В частности, профессор Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина В.И. Аннушкин считает одним из главных составляющих судьбы речевую ответственность. В своем выступлении он отметил: «Мы должны помнить о том, что слово имеет большую силу. Вся деятельность участников судебного спора – это все выражение словесной сущности человека. Красноречие – это оружие, и оно не должно быть в руках человека несправедливого» [6].

Важно также учитывать опыт прошлых лет (наследие античного мира: образцовые судебные речи Цицерона, Катутлла, Демосфена, труды по логике и латинскому языку). Ведь изучение античного мира и латинского языка – это своеобразный способ переформатирования мышления. Кроме того, сегодня актуальным является осмысление богатого наследия народных ораторов – «би» и «шешен» (в казахском языке эти слова воспринимаются как синонимы), которые сыграли большую роль в становлении казахской речевой культуры. В книге Б. Адамбаева «Казахское народное ораторское искусство» дана характеристика институт биев и периодизация казахского ораторского искусства, отмечается, что образцы речевой культуры биев отражают исторические события, этические и правовые нормы, в метких, точных и выразительных высказываниях казахских ораторов проявляются процессы развития самосознания народа [7].

Современному студенту, к сожалению, малопонятны речи таких известных казахских ораторов, как Аяз би, Асанкайгы, Жиренше шешен, которые

244 | были насыщены пословицами, поговорками, афоризмами и назиданиями. Но именно в них можно обнаружить историю своей страны, людей и события прошлого, увидеть тонкое мастерство в решении спорных вопросов и законов адата (свод традиционных обычаев у казахского народа).

Позже основоположники казахского художественного слова Бухар жырау, Махамбет Утемисов и другие, позже классики литературы Абай Кунанбаев, Ыбрай Алтынсарин, Шокан Уалиханов широко использовали в своем творчестве народные изречения, используя их как в оригинальном, так и трансформированном виде. Безусловно, сегодня необходимо обращение к ретроспективе для осмысления и изучения наследия таких выдающихся мастеров слова.

Также важно исследовать труды отечественных ученых прошлого века, внесших большой вклад в становление риторики как науки в Казахстане (особенно – в сфере подготовки юристов и филологов). Это работы С.Зиманова, В.С. Ли, Е.Д. Турсунова, Г.Г. Гиздатова и мн. др.

К сожалению, поколение корифеев уходит, труды забываются и не всегда их можно найти в интернете. Сегодня необходимо «возвращать» риторику и логику в образовательные программы школы и вуза, по возможности менять стандарты, обратиться к опыту проведения практики для юристов Германии и других зарубежных стран, обратиться к пониманию всех типов коммуникации и речевой культуры, необходимо актуализировать практику изучения образцовых выступлений (судебные речи римских ораторов и знаменитых современных юристов), что позволяет значительно повысить профессиональную и риторическую компетенцию молодых специалистов. Умение объяснять просто и кратко, порой избегать сложный профессиональный язык (особенно – юридический), проявляется и в письменных текстах, например в судебных актах. Главной оценкой высокого профессионализма сегодня следует признать мысль, выраженную во фразе известного американского физика, одного из создателя квантовой термодинамики Ричарда Фейнмана: «Если ты не можешь объяснить это простыми словами, значит, ты не понимаешь этого сам...» [8]. Но это умение не приходит само по себе, этому надо учиться и, в первую очередь, в вузе.

Пришло время чаще и громче заявлять о необходимости обновления гуманитарного образования в мире и, в частности, в вузах Казахстана, а также о возрождении утраченных дисциплин, которые в XXI веке технологического прогресса становятся особенно актуальными. Все это – вызовы нового времени, в котором (несмотря на бурные преобразования и создание искусственного интеллекта) вновь и вновь необходимо обращаться к наследию прошлого, к осмыслению заложенных в них мудрых наставлений оратора. Через такие предметные области, как риторика, культура русской и казахской речи, латинский язык расширять диапазон мышления и видения молодежи,

для которой общение становится порой достаточно сложным навыком, его отсутствие приводит к когнитивному диссонансу и коммуникативным неудачам, что ярко проявляется в работе специалистов в сфере юриспруденции.

### **Литература**

1. Миллер Т.Б. От поэзии к прозе (риторическая проза Горгия и Исократы) // Античная поэтика. Риторическая теория и литературная практика. – М., 1991. – С. 60–105.
2. Гудкова М.Ю. Постграмотность как актуальная проблема современной культуры // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2012. – № 6. – С. 58–62.
3. Подосинов А.В., Щавелева Н.И. Lingva LATINA. Введение в латинский язык и античную культуру. Ч.1. – М., 2004. – 192 с.
4. Шаймерденова Н.Ж. Риторическое образование для юристов в контексте техногенных изменений в XXI веке: от сложного к простому // Вестник права Республики Казахстан «Zanger». – 2018. – № 7(204). – С. 22–24.
5. Пленарное заседание Верховного Суда от 20 апреля 2018 года [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://sud.gov.kz/rus/content/materialy-plenarnogo-zasedaniya-verhovnogo-suda-ot-20-aprelya-2018-goda>
6. Сактаганова Л. Вести диалог с обществом [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://zanmedia.kz/2018/06/01/vesti-dialog-s-obshhestvom/>
7. Адамбаев Б. Казахское народное ораторское искусство: Книга для массового читателя. – Алматы, 1997. – 208 с.
8. Фейнман Р. Радость познания. – М., 2013. – 352 с.

*Shaimerdenova N. Zh., Amanzholova J. B.*

### **JUDICIAL RHETORIC IN KAZAKHSTAN: ORIGINS AND NEW CHALLENGES**

*Annotation.* The article deals with the problems of judicial rhetoric in Kazakhstan. The authors speak about the importance of rhetorical education at school and university, about the increase of professional and rhetorical competence of young specialists.

*Keywords:* rhetoric, speech culture, orator, education.

## РИТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПИСЬМЕННОЙ ФОРМЫ МЕДИАДИСКУРСА

*Аннотация.* В современном медиадискурсе, который представляет собой явление по преимуществу визуально-письменное, закономерно актуализируется визуальный облик текста и отдельные его составляющие, которые намеренно варьируются с разными целями, включая цели риторические, связанные с воздействием на аудиторию. В статье анализируется риторический потенциал композиции издания, паратекста и параграфемики медиадискурса, а также обосновывается идея построения универсальной риторической теории устной и письменной речи.

*Ключевые слова:* риторика, медиадискурс, паратекстуальность, параграфемика, композиция издания, письменная коммуникация, визуальный поворот.

Риторика изначально создавалась как средство устного речевого воздействия. Две основных концепции риторики – одна, восходящая к Аристотелю («искусство убеждать», то есть «искусство говорить убедительно»), и вторая, восходящая к Квинтилиану («искусство говорить красиво»), – несмотря на кардинальные различия между ними, в одинаковой степени опираются на тот факт, что риторика – это искусство устной (публичной) речи. Теория изящной словесности, на протяжении последующих веков развивавшаяся как особая, самостоятельная линия теоретизирования, пожалуй, только усугубила эту привязку риторики к устной публичной коммуникации.

В силу процессов усиления визуального начала, которые активно протекают в современной коммуникации, представляется необходимым переосмысление трактовки риторики. В наши дни письменная речь не только получает все большее распространение, но и отчасти берет на себя функции речи устной. Это нашло отражение в таких понятиях, как «письменная разговорная речь» [1] и «устно-письменная коммуникация» [2]. Разумеется, в этом случае речь идет о том, что письмо начинает использоваться в личном неофициальном общении – там, где ранее господствовала устная речь. Формирование нового типа «устно-письменной» речи по понятным причинам не имеет отношения к риторике, которая изначально соотносится с публичной речью. Тем не менее указанные процессы свидетельствуют о более масштабном перераспределении между устной и письменной речью, в результате которого письменная речь приобретает все более заметную значимость и более широкие функции.

Другим важным фактором, определяющим значимость письменной речи, является общий рост грамотности, который мы наблюдаем в последние века. Этот процесс неизбежно приводит к тому, что письменная речь способна достичь более широких аудиторий, а потенциально – любого носителя языка; в ситуации, когда грамотными являются все, некоторый текст потенциально может быть воспринят всеми. С другой стороны, всеобщая грамотность приводит к тому, что письменная речь утрачивает свою специализацию, перестает восприниматься как речь «ученая», а следовательно, предназначенная не для всех, самими авторами письменных сообщений. Этот процесс, который кажется правомерным охарактеризовать как демократизацию письменной речи, также не может не оказывать влияния на общую коммуникативную ситуацию, характеризующую общество на современном этапе его развития.

Наконец, письменный текст естественно становится средством риторического воздействия в силу развития массовых коммуникаций. Между письменной формой и массовостью коммуникации существует взаимная детерминация: письменная форма создает условия для стабилизации сообщения и тем самым делает возможным использование текста для обращения к максимально широкой аудитории, рассредоточенной не только в пространстве, но и во времени; с другой стороны, сама потребность в обращении к широкому кругу людей делает письменную форму сообщения предпочтительной.

Такое возрастание значения письменного текста неизбежно приводит к постепенному освоению невербальных и паравербальных свойств текста, на чем нам уже приходилось останавливаться [3]. Эти изменения, несомненно, нуждаются в осмыслении с точки зрения риторической парадигмы.

С другой стороны, традиционная модель риторической коммуникации в силу своей привязки к конкретным коммуникативным ситуациям, не реализует универсальность, которая в ней заложена. Риторика как теория устной воздействующей речи, вытекая из конкретных ситуаций, в которых она формировалась (судебных прений, хвалебных речей, политических дебатов), допускает обобщение, вовлекающее в ее орбиту другие коммуникативные ситуации, причем имеющие место не только в устной коммуникации, но и в коммуникации письменной. Если мы понимаем риторiku как искусство убеждения или искусство красиво говорить, то становится очевидным, что общие принципы данной дисциплины в одинаковой степени применимы не только к устной, но и к письменной речи.

В то же время наработки риторики не могут быть перенесены на письменную речь прямолинейно. Устная речь предполагает ее восприятие в момент произнесения и предполагает непосредственный контакт, что, в частности, дает оратору возможность использовать как инструменты такие паралингвистические средства, как интонация, мимика, жесты, внешний вид, демонстрация доказательств или предъявление иллюстраций. В подавляющем большинстве



248 | случаев эти составляющие либо не могут вообще быть перенесены в письменную речь, либо могут быть перенесены, если можно так выразиться, «с потерями». С другой стороны, сама по себе письменная речь выработала множество специфичных инструментов и средств, которые обладают очевидным риторическим потенциалом, но не могут быть перенесены в речь устную. В итоге мы имеем дело с общим ядром и двумя совокупностями средств, которые специфичны либо для устной, либо для письменной речи.

В рамках данной статьи мы попытаемся наметить отдельные аспекты письменного текста, которые являются специфичными с точки зрения его риторического воздействия. Эти наблюдения будут определено носить предварительный характер и не могут претендовать на окончательную полноту.

В качестве материала мы будем использовать тексты делового медиадискурса. С точки зрения функциональной стилистики медиадискурс, в том числе деловой, представляет собой проявление публицистического стиля, и, несмотря на трансформации, которые он переживает в последнее время, эта его характеристика остается ядерной. Публицистический же стиль обладает высоким риторическим потенциалом и впитал множество наработок и техник, которые исходно являются риторическими. При этом имеются основания утверждать, что в отдельных отношениях публицистическое начало медиадискурса усиливается, и это, в частности, проявляется в процессах конвергенции информационного, аналитического и развлекательного начал, которые в традиционной прессе были довольно жестко противопоставлены [4].

В контексте медиадискурса возникает такая характеристика, как многоуровневость воздействия, которая проявляется через множественность иерархически организованных субъектов коммуникации. Отдельный медиатекст в составе медиадискурса сохраняет свою риторическую составляющую: существует более или менее самостоятельный автор, который, создавая текст, выражает определенную идею, мысль (доказываемый тезис) и использует для этого ряд средств (аргументы, отбор фактов, композиционные приемы, средства украшения речи). Однако этот текст существует в рамках ряда: издания, новостной полосы, архива статей и т. д. Если автор в большей и меньшей степени является «хозяином» внутри своего текста, то таким же «хозяином» контекста, в котором этот текст будет представлен читателю, является редакция. Само собой разумеется, мы должны особо оговорить то, что автономность, самостоятельность автора текста, включаемого в медиадискурс, является относительной. Это проявляется в том, что редакция может отвергнуть текст, который противоречит политике издания или не соответствует ей, является от нее далеким или ей безразличным; нельзя забывать и о таком явлении, как редакционное задание, которое обычно включает не только указание на тему, но и рекомендации или предписания по поводу ракурса ее рассмотрения. В любом случае, редакция при анализе



медиадискурса должна рассматриваться как особый субъект, для которого в высшей степени характерна осознанность, целенаправленность деятельности. И эта целенаправленность проявляется не только в определении облика издания, его тематики, но и в намерении формировать общественное мнение, распространять и утверждать те или иные общественные, идеологические ценности и т. п.

Из этого, в частности, следует, что в медиадискурсе большую значимость приобретает такой фактор, как композиция издания. Распространение письменных текстов всегда связано с контекстом, который ими же формируется, и этот фактор становится особым инструментом воздействия, который используется обычно неявно. При этом речь должна идти именно о композиции издания (журнала, газеты, сайта, портала, блога и т. п.), поскольку именно издание как наджанровая форма задает контекст восприятия конкретных текстов. На это обращал внимание У. Эко: «Даже при педантичном отделении комментария от сообщения сам по себе подбор сообщений и их расположение на странице несут в себе имплицитное суждение» [5: 85-86]. В доказательство этой возможности он приводит прием тематизации, под которым он понимает объединение на одной странице публикаций, которые имеют общую тему. Восприятие читателем ряда публикаций, посвященных близкой тематике, способно создать впечатление, что либо некоторая социальная проблема обострилась, либо масштаб этой проблемы значителен. Чтобы объяснить этот эффект, У. Эко ссылается на такой риторический прием, как *exemplum*, под которым принято понимать частный случай, который используется как основание для вывода об общем правиле. В контексте медиадискурса такие частные случаи способны привести читателя к выводу о том, что в общественной жизни действует определенное правило или существует определенная тенденция.

Не вызывает сомнений, что такая тенденциозность возможна и в пределах одного текста, так как автор всегда имеет возможность умолчать об отдельных деталях события, если он кажется ему невыгодными, или акцентировать одни детали в ущерб другим, представив последние более неопределенно, размыто, поверхностно. Так или иначе, это вносит аналитико-публицистическую составляющую в информационный текст, поскольку информация подается уже неявно интерпретированной посредством контекста, отбора и т. п.

Другим непосредственным средством реализации многоуровневости риторического воздействия в медиадискурсе становится его паратекстуальность. Под паратекстом традиционно понимают соотношение текста с другими текстами, которые дополняют его, формально не являясь его частью (например, заголовком, комментарием, эпиграфом, вступительной статьей). Паратекст медиадискурса выработал ряд оригинальных, присущих только ему структурных характеристик: наряду с заголовками, подписями под ил-

250 | люстрациями, в нем используются такие элементы, как лид, врезка, рубрика, тематическая полоса и т. д.

Сами по себе эти элементы не присущи устным сообщениям, даже если речь идет о традиционных риторических речах (представляется вероятным, что названия традиционные риторические речи – например, речи известных юристов, исторических деятелей и т. д. – получают только при их письменной фиксации и включении в сборник, поскольку эти названия вряд ли могли бы функционировать в «естественных» условиях риторической коммуникации). Более того, мы вряд ли можем найти точные эквиваленты этим компонентам в устной речи, поскольку стандартное структурирование медиатекста определяется особой логикой функционирования письменной речи, а точнее, является результатом осмысления функционирования письменного текста с целью максимально эффективного использования его воздействующих возможностей. Именно поэтому данные средства следует рассматривать как специфические средства риторического воздействия письменной речи.

Нельзя не упомянуть и такой аспект современного медиатекста, как параграфемика, который, в частности, используется для визуального оформления паратекста, но обладает и другими функциями (например, структурирования текста или формирования имиджа издания). Существует большое количество работ, в которых параграфемика осмысливается как средство восполнения нехватки паралингвистических средств, являющихся неотъемлемой частью устной коммуникации (интонации, мимики, жестов и т.п.). Параграфемике действительно присуща эта функция, однако это не означает, что ее можно переоценивать. В конечном счете, параграфемика в любом письменном дискурсе развивает совершенно новые функции, которым нельзя найти прямого соответствия в устной речи.

Наконец, необходимо отметить, что для современного медиадискурса характерен риторический «крен» в сторону привлечения внимания, что происходит в ущерб непосредственному убеждению. Это можно увидеть на примере такой отчетливой тенденции, как использование привлекательных заголовков. Заголовок, как уже указывалось, вообще является специфическим средством, признаком письменного текста и дискурса. Однако особая необычность, даже вычурность заголовка или, наоборот, его повышенная информативность, которая проявляется в выборе для него максимально емкой в смысловом отношении предикативной модели, свидетельствует о преобладании намерения привлечь внимание.

Последнее не означает, что намерения убеждения и воздействия для современного делового медиадискурса не характерны, – они присутствуют и, возможно, используются даже в большей степени, чем на более ранних этапах развития медиа. Однако эти средства преимущественно скрыты и формируют своеобразный фон современного медиадискурса.

Таким образом, мы можем выделить ряд аспектов письменного текста, которые в медиадискурсе (и не только в нем, но и в любой письменной речи) приобретают риторический потенциал, то есть берут на себя функции прямого или косвенного инструмента воздействия на аудиторию. В случае с медиадискурсом такие средства концентрируются вокруг композиционных аспектов текста и издания, а также его графического (параграфемного) облика. Очевидно, что эти два аспекта связаны и дополняют друг друга. С другой стороны, они вовлечены в комплекс средств, функциональное назначение которых состоит в привлечении внимания аудитории.

### Литература

1. Литневская Е. И. Письменная разговорная речь: миф или реальность? // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2011. № 5.
2. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 71.
3. Ширяева О. В. Аксиологизация невербальных средств воздействия в деловом информационно-аналитическом медиадискурсе // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2.
4. Ширяева О. В. К вопросу о конвергенции информационного и аналитического дискурсов в составе медиадискурса (на материале деловой прессы) // Язык. Текст. Дискурс. 2015. № 13.
5. Эжо У. Пять эссе на темы этики. СПб.: «Симпозиум», 2003.

*O. V. Shiryayeva*

### RHETORICAL POTENTIAL OF THE WRITTEN FORM OF MEDIADISCOURS

*Annotation.* In modern media discourse, which is primarily a visual-written phenomenon, the visual appearance of the text and its individual components are regularly updated, which intentionally vary with different goals, including rhetorical goals, related to the impact on the audience. The article analyzes the rhetorical potential of the composition of the publication, paratext and paragraphics of the media discourse, and also substantiates the idea of constructing a universal rhetorical theory of oral and written speech.

*Keywords:* rhetoric, media discourse, paratextuality, paragraphic, composition of the publication.

## **ВОЗМОЖНОСТИ РИТОРИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИИ «ПРЕПОДАВАТЕЛЬ – СТУДЕНТ» В СИСТЕМАХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются вопросы цифровизации современного российского высшего образования и перехода на использование онлайн-курсов при обучении. Автор отмечает, что для повышения эффективности взаимодействия в парадигме «преподаватель – студент» в рамках дистанционных онлайн-курсов важен учет следующих факторов: рече-технологическая среда, обеспечивающая гармонизирующий диалог преподавателя и студента, оперативная обратная связь со стороны участников процесса коммуникации, готовность преподавателя к работе со студентом в режиме дистанционного взаимодействия.

*Ключевые слова:* цифровизация образования, интернет-коммуникация, онлайн-курсы, риторизация, дистанционное обучение, СДО «Moodle».

**В** настоящее время в России наблюдается рост интереса к электронным формам обучения и получения информации через сеть Интернет. В то же время ряд педагогов, общественных и политических деятелей, в частности О.Н. Смолин, отмечают, что «спрос на электронное обучение в России значительно выше предложения» [5]. Таким образом, задача высших учебных заведений в настоящее время видится автору данной статьи в налаживании системы эффективных коммуникаций в парадигме «преподаватель – студент», где оба субъекта образовательных отношений стремятся к достижению единой, общей цели – умножению знаний как главного капитала информационного общества.

Если сегодня наблюдается рост спроса на электронные каналы коммуникации, то российские вузы должны подготовиться к необходимости предоставлять образовательные услуги в новом для них формате. Главный вопрос лежит, на наш взгляд, не в технологической плоскости обеспеченности высокоскоростным доступом к сети Интернет, современными компьютерами и иными инструментами, а в сфере готовности преподавательской среды создавать оригинальный контент авторских курсов, которые были бы интересны не только студентам, обучающимся на очных курсах, но и более широкой

целевой аудитории. Так, одним из распространенных трендов в российских вузах является создание авторских дистанционных видеокурсов, которые полностью или частично заменяют традиционные лекции в вузах. Автор данной статьи является разработчиком видеокурса по дисциплине «Ораторское мастерство» для студентов направления 40.03.01 «Юриспруденция».

На наш взгляд, проблема заключается в том, что существующий вектор на «цифровизацию» нивелирует субъектов коммуникации как носителей личностных характеристик и качеств и сводит процесс передачи знаний, навыков и умений к механистической, рутинной передаче неоригинальной информации. Но разберемся во всем по порядку.

Объектом исследования в данной статье выступает система дистанционного обучения (СДО) «Moodle», распространенная в российских вузах. Предметом – эффективность взаимодействия преподавателей и студентов в рамках электронных курсов, созданных в СДО «Moodle».

Автор статьи, имея филологическое образование и используя риторико-коммуникативный подход к проблемам коммуникации и взаимодействия, предлагает риторическую трактовку обозначенной выше проблемы эффективности взаимодействия.

Понятие «эффективность» в современных риторических концепциях определяется по-разному:

1) «Сочетание новизны, правильности и уместности – основа эффективности речи и действия» [4: 153];

2) «Современная риторика – это теория и мастерство эффективной (целесообразной, воздействующей, гармонизирующей) речи (разрядка автора; полужирный шрифт наш. – А. Ш.)» [3: 34];

3) «Эффективное речевое воздействие – это такое, которое позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником (коммуникативное равновесие) (курсив автора. – А. Ш.), то есть остаться с ним в нормальных отношениях, не поссориться» [6: 66–68].

При всех различиях в данных определениях общим является понимание эффективного взаимодействия как гармоничного, правильного и уместного при достижении участниками общения своих коммуникативных целей. В преломлении на процесс коммуникации в рамках СДО данная мысль находит отражение при построении модифицированной модели коммуникации, в рамках которой при осуществлении обратной связи преподаватель и студент регулярно меняются ролями источника и получателя. В рамках традиционной устно-письменной коммуникации преподаватель привык быть источником знаний, а студент – получателем таковых. Отсюда в рамках электронной коммуникации возникает дискомфорт, который испытывают оба участника, «примеривая» на себя новые, непривычные им роли. Однако эффективная коммуникация в электронной среде без обратной связи невозможна.

Теоретик коммуникации М. Маклюэн высказал идею о том, что «средство коммуникации есть сообщение» [2: 9–26], следовательно, СДО «Moodle» оказывает существенное влияние на процесс учебной коммуникации в системе «преподаватель – студент». Критерием эффективности в коммуникации подобного рода выступает эффект, оказанный на адресата: он должен быть приемлемо равен цели адресанта. Однако ввиду новизны канала и среды общения существенно возрастает риск возникновения коммуникативных ошибок и коммуникативных неудач, к чему оба участника коммуникативного процесса должны быть готовы.

Автору статьи видятся следующие пути повышения эффективности коммуникации:

- риторический – через речевое поведение участников коммуникации;
- технологический – через включение элементов обратной связи в интерфейс СДО;
- риторико-технологический (комплексный) – учет особенностей электронной среды СДО и характера языковых личностей студентов.

На наш взгляд, наиболее рациональным путем повышения эффективности коммуникации между студентом и преподавателем в условиях СДО является именно третий подход, который предполагает стратегию комплексного воздействия и на речевую, и на технологическую среду.

Для гармонизации речевой среды курса и создания понятного, легко читаемого и воспринимаемого контента автор курса должен обладать элитарной речевой культурой, что подразумевает грамотное владение родным языком и всем стилистическим богатством русской речи.

При рассмотрении риторических компетенций участников электронного взаимодействия целесообразно оттолкнуться от исследования, проведенного И. А. Иванчук, которая применительно к носителям элитарной речевой культуры выделила три проявления риторических компетенций: «1) достижение оптимальности общения путем установления гармонизирующего контакта с адресатом при соблюдении культурной рамки; 2) проявление экспрессии и эстетических качеств речи, содействующих раскрытию когнитивных основ личности и усиливающих выразительность Д (дискурса. – А. Ш.); 3) реализация культурного потенциала и творческих способностей говорящего» [1: 16–17].

Соглашаясь с И. А. Иванчук в принципе, тем не менее, заметим следующее. Чтобы речекоммуникативный акт имел статус коммуникативно-риторического, приведенными компетенциями должны владеть и студенты. Это положение значимо прежде всего в той ситуации, когда преподаватель риторическими компетенциями не владеет и, следовательно, «остается» в своей первоначальной функции – говорящего. Приведенные компетенции существенны для студентов и в ситуации стремления к гармонизирующему контакту обоих коммуникантов: и преподавателя, и студента.

Риторические компетенции, приведенные И. А. Иванчук, по нашему мнению, не равноценны по своему статусу. Доминирующую роль в ряду компетенций играет компетенция первая. Что касается двух следующих, то они, в известной степени, играют служебную роль по отношению к первой: они содержат в себе некоторые условия установления гармонизирующего контакта. Наконец именно владение первой компетенцией обеспечивает контроль действий преподавателя и студента по достижению оптимальности общения.

По нашему мнению, реализация риторического подхода в курсах СДО «Moodle» возможна посредством ориентации преподавателя на качества хорошей речи (ясность и простота речи, логичность и лаконичность речи, точность речи и т.д.) при формулировке заданий; прозрачную композиционную организацию курса (наличие вводных и завершающих элементов); следование принципу конкретности – включение иллюстративного материала и должный уровень визуализации.

Использование стратегий риторического подхода будет не столь заметным и ощутимым, если они не будут поддержаны стратегиями технологического подхода, которые включают в себя:

1) релевантное использование интерактивных элементов курса СДО – «Задание», «Семинар» и т.д.;

2) включение в курс специализированных элементов для обратной связи («Опрос», «Анкетный опрос», «Форум», «Чат» и т.д.)

Также крайне важно использование элементов обратной связи в образовательном процессе самим преподавателем, т.е. простого наличия в курсе интерактивных элементов недостаточно, необходимо использовать их для поддержания связи со студентами, если не в режиме «онлайн», то по крайней мере на регулярной основе.

В заключение еще раз отметим, что для повышения эффективности взаимодействия в парадигме «преподаватель – студент» в рамках курса СДО «Moodle» важен учет следующих факторов:

– создание рече-технологической среды, обеспечивающей гармонизирующий диалог преподавателя и студента;

– оперативная обратная связь со стороны участников процесса коммуникации;

– готовность преподавателя к работе со студентом в режиме дистанционного взаимодействия на регулярной основе в рамках СДО.

Именно при учете указанных трех факторов, на наш взгляд, профессорско-педагогическое сообщество перестанет воспринимать современную цифровую среду как прямую угрозу потери рабочего места, а начнет относиться к ней как к инструменту, позволяющему выстроить эффективную коммуникацию между участниками образовательного процесса – среду, в которой будет «речекомфортно» и преподавателю, и студенту.

**Литература**

1. Иванчук И.А. Риторический компонент в публичном дискурсе носителей элитарной речевой культуры: Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2005.
2. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., 2007.
3. Михальская А.К. Основы риторики. Мысль и слово. М., 1996.
4. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М., 1997.
5. Смолин О.Н. Электронное обучение: борьба с государством за государственные интересы? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kspu.ru/upload/documents/2014/12/18/73e77edc1d300d65622fdab931fadff7/smolinelektronnoe-obuchenie.pdf>
6. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.

*A. A. Shmakov*

**OPPORTUNITIES OF RITORIZATION OF COMMUNICATION  
«TEACHER – STUDENE» IN ONLINE LEARNING SYSTEMS**

*Annotation.* The article deals with the issues of digitalization of modern Russian higher education and the transition to the use of online courses for educating. The author notes that in order to increase the efficiency of interaction in the lecturer-student paradigm in the framework of online distant courses, it is important to take into account the following factors: the speech-technological environment providing a harmonizing dialogue between the lecturer and the student, prompt feedback from the participants in the communication process, the lecturer's readiness to work with a student in the mode of remote interaction.

*Keywords:* digitalization of education, Internet communication, online courses, rhetORIZATION, ONLINE learning, SDE "Moodle".



## РИТОРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Аннотация.* Статья посвящена вопросам функционирования риторических фигур в текстах политической сферы. Функциональные признаки политического дискурса способствуют употреблению всех возможных средств речевого воздействия. В работе делается попытка установления зависимости между употребляемыми риторическими фигурами и выбираемыми автором текста коммуникативными стратегиями и тактиками. К наиболее частотными риторическим фигурам политической сферы коммуникации можно отнести градацию, парцелляцию, повторы, плеоназмы, различные виды контраста.

*Ключевые слова:* риторика, политическая риторика, риторические фигуры, стилистические фигуры, политический дискурс, градация, парцелляция, антитеза, повтор.

**И**нтерес к исследованиям различных выразительных возможностей языка не прекращается и сопровождается лишь некоторыми «всплесками» повышенного внимания со стороны ученых, связанными, как правило, предложением очередной классификации тропов и фигур. Фигуры речи (стилистические, риторические фигуры) описаны для разных сфер общения. При этом полученные результаты не дублируют друг друга: одна и та же речевая фигура имеет разные характеристики и стилистические функции в разных сферах употребления.

«Риторическая фигура – понятие, используемое в лингвистике в широком и узком смыслах. В широком смысле Р. ф. – то же, что стилистическая фигура... В узком же смысле Р. ф. называют риторический вопрос, риторическое восклицание и риторическое обращение, т.е. такие стилистические приемы, в названии которых закрепился термин «риторический». И широкое, и узкое понимание Р. ф. отражено в словаре А.П. Квятковского» [1: 591]. В пределах данной работы мы придерживаемся широкого понимания термина «риторическая фигура».

Функционирование риторических фигур в текстах политического дискурса представляет особый исследовательский интерес, как минимум, по двум причинам. Во-первых, данная сфера коммуникации обладает рядом особенностей, отличающих ее от других сфер общения, а во-вторых, эта сфера динамична, а потому любое обращение к текстам политического дискурса означает новое, более глубокое понимание сущности политической коммуникации.

В научной литературе политический дискурс понимается как речевая деятельность политических субъектов в сфере институциональной коммуникации, обладающая такими коммуникативными особенностями, как институциональность, конвенциональность и публичность (официальность) (см., напр., в: [2: 7]).

О.Н. Паршина вслед за Р. Водаком к основным функциям политического дискурса относит: 1) персуазивную (убеждение); 2) информативную; 3) аргументативную; 4) персуазивно-функциональную (создание убедительной картины лучшего устройства мира); 5) делимитативную (отличие от иного); 6) групповыделительную (содержательное и языковое обеспечение идентичности)» [2: 7].

Широкого понимания политического дискурса придерживается и Е.И. Шейгал, предлагая включить в понятие политической коммуникации «любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относятся к сфере политики» [4: 23].

«Анализ работ ... позволил выделить в рамках инструментальной функции языка политики следующие функции: социального контроля (создание предпосылок для унификации поведения, мыслей, чувств и желаний большого числа индивидуумов, т.е. манипуляция общественным сознанием); легитимизации власти (объяснение и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов); воспроизводства власти (укрепление приверженности системе, в частности, через ритуальное использование символов); ориентации (через формулирование целей и проблем, формирование картины политической реальности в сознании социума); социальной солидарности (интеграция в рамках всего социума или отдельных социальных групп); социальной дифференциации (отчуждение социальных групп); агональную (иницирование и разрешение социального конфликта, выражение несогласия и протеста против действий властей); акциональную (проведение политики через мобилизацию или «наркотизацию населения»: мобилизация состоит в активизации и организации сторонников, тогда как под наркотизацией понимается процесс умиротворения и отвлечения внимания, усыпление бдительности)» [4: 35].

Как видно из указанных выше функций политического дискурса, реализованы они могут в том числе и за счет грамотного употребления риторических фигур, которые как известно, могут способствовать актуализации нужных смыслов, делать текст более выразительным с точки зрения его эмоциональности, оценочности, упорядоченности и т. п.<sup>12</sup>

В качестве материала для анализа были использованы речи президента России В.В. Путина на Параде Победы 9 мая в 2015, 2016, 2017 и 2018 годах, взятые на официальном сайте Президента РФ <http://www.kremlin.ru/>. При необходимости тексты сопоставлялись с видеоматериалами выступлений.

<sup>12</sup> О стилистических функциях риторических фигур см., например, в: [5].

В результате анализа определены типичные для подобного рода речей риторические фигуры, а также подтверждена гипотеза о том, что для политического дискурса в целом наиболее частотными являются такие из них, как градация, парцелляция, разные виды повторов, антитеза (и другие виды контраста), плеонастические сочетания и некоторые другие.

Для анализируемых текстов характерны следующие стилистические и риторические особенности: композиционная стандартизованность, употребление стилистически возвышенной лексики, сочетание ретроспекции и актуализации, использование риторических фигур.

Композиционная стандартизованность, на наш взгляд, определяется как спецификой жанра торжественной речи, так и особенностями политического дискурса, прежде всего, ритуальностью [3: 53–54]. Анализируемые речи строятся по следующей схеме: обращение – ретроспекция – (минута молчания) – призыв (кульминация) – завершение речи (поздравление).

Ритуальность усиливается почти дословным повторением некоторых частей речей. Так, обращение оформляется следующим образом: *Уважаемые граждане России! Дорогие ветераны! Товарищи солдаты и матросы, сержанты и старшины, мичманы и прапорщики! Товарищи офицеры, генералы и адмиралы!*

Перед объявлением минуты молчания во всех речах с небольшими модификациями звучит следующий текст: *Мы склоняем головы перед светлой памятью сыновей, дочерей, отцов, матерей, дедов, мужей, жен, братьев, сестер, однополчан и друзей – всех, кто не вернулся с войны, всех, кого уже нет с нами. Объявляю минуту молчания.* Завершаются речи тоже стандартно: *Слава народу-победителю! С праздником! С днем Великой Победы! Ура!*

Стилистически возвышенная лексика (торжественная, патетическая), характерная для подобных речей, призвана воодушевлять слушателей. Именно поэтому она активно используется в выступлениях В.В. Путина на Параде Победы: доблесть воинов, триумфальная победа, жертвенный подвиг, беспредельная вера, Отчизна и мн.др.

Характерна для подобных речей и обязательная ретроспекция, с одной стороны, и связь с событиями настоящего. Причем чаще всего данное сочетание выражается в типичном для политического дискурса делении мира на «своих» и «чужих» [2: 52–55].

*Тогда, в 30-е годы прошлого века, просвещенная Европа не сразу увидела смертоносную угрозу в идеологии нацизма. Однако в последние десятилетия все чаще стали игнорироваться базовые принципы международного сотрудничества. Те принципы, которые были выстраданы человечеством после глобальных испытаний войны. Мы видели попытки создания однополярного мира, видим, как набирает обороты силовое блоковое мышление. Все это подтачивает устойчивость мирового развития (2015).*

260 | К особенностям подобных текстов следует отнести широкое употребление различных риторических фигур. Приведем некоторые примеры.

#### Градация

«Градация (от лат. gradatio – постепенное повышение < gradus – ступень, степень) – стилистическая фигура, состоящая из ряда словесных компонентов (не менее трех): слов, словосочетаний, частей предложения, предложений, изобразительно-выразительных средств языка, расположенный в порядке их возрастающей или (реже) убывающей семантической и/или эмоциональной значимости» [1: 139].

*Гордимся, что именно наши отцы и деды смогли одолеть, сокрушить и уничтожить эту темную силу;*

*Наши отцы и деды пережили невыносимые страдания, лишения и утраты;*

*Мы преклоняемся перед всеми, кто насмерть стоял за каждую улицу, каждый дом, каждый рубеж Отчизны (2015).*

*Это позволило нацистам присвоить себе право решать судьбу других народов, развязать самую жестокую, кровавую войну, поработить, поставить на службу своим смертоносным целям почти все европейские страны;*

*...развернул назад кровавое колесо Второй мировой войны, погнал врага туда, откуда он посмел прийти на нашу землю, сокрушил нацизм, положив конец его зверствам (2017).*

*...пытаются перечеркнуть, исказить события войны, предать забвению подлинных героев, подделать, переписать, перевернуть саму историю...;*

*...предпочли позор капитуляции, лицемерного соглашения или прямого сотрудничества с нацистами (2018).*

В приведенных примерах в градационных рядах присутствует эмоциональная оценка, однако в проанализированных текстах встречается и градации рационально-логического типа: отцы – деды – прадеды, дети – внуки – правнуки.

#### Парцелляция

«Парцелляция (от фр. parcelle – частица) – стилистический прием, заключающийся в расчленении единой синтаксической структуры – предложения – на несколько интонационно-смысловых единиц – фраз» [1: 454–455].

*Все несли тяжелейшую ношу войны. И все вместе совершили бессмертный подвиг спасения Отечества. Определили исход Второй мировой войны. Освободили от нацистов народы Европы;*

*Наши отцы и деды пережили невыносимые страдания, лишения и утраты. Работали на износ, на пределе человеческих сил. Воевали, не щадя своей жизни. Показали пример благородства и подлинного патриотизма (2015).*

*Мы не позволим сделать это. Никогда;*

*Никто не думал о себе, трудились героически: и женщины, и дети. Ради Родины, ради Победы. Ради тех, кто защищал страну, свои семьи в пекле войны (2018).*

Отметим, что парцелляция, как правило, в данном случае сопровождается соответствующей интонацией и паузированием.

#### Контраст

«Стилистический контраст (от фр. *contrast* – противоположность) – принцип линейно-синтагматической организации речевого произведения, который заключается в резком противопоставлении различных элементов текста» [1: 690].

*Поздравляю вас с Днем Победы – с торжеством, в котором слились воедино радость, память и скорбь. 9 Мая – это и государственный, и очень личный, семейный праздник (2016)*

*...победа над этой страшной тоталитарной силой навеки останется в истории человечества вершиной торжества жизни и разума над смертью и варварством (2017)*

*Ничем нельзя измерить храбрость наших воинов. От рядового до маршала они боролись в стужу и зной, на больших и малых плацдармах... (2018).*

#### Параллелизм

«Синтаксический параллелизм – конструктивный принцип устройства синтаксических конструкций, в частности, стилистических фигур. Представляет собой частный принцип симметрии и повтора и заключается в тождественном (полностью или частично) строении синтаксических конструкций» [1: 623].

*...могущество и процветание нашей Родины, нашей России! (2015).*

*Эпохой мужества и отваги, тяжелейших испытаний и трагических потерь, светлых надежд и беспредельной веры в Победу (2016).*

*Мы обязаны передать им стабильность и мир на планете, передать суровую героическую правду и память об Отечественной войне, дух и смысл Великой Победы (2017).*

*За новыми угрозами проступают все те же старые уродливые черты: эгоизм и нетерпимость, агрессивный национализм и претензии на исключительность (2018).*

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы.

Функциональные признаки политического дискурса способствуют употреблению всех возможных средств речевого воздействия, в т.ч. риторических фигур. К наиболее частотными риторическим фигурам политической сферы коммуникации можно отнести градацию, парцелляцию, повторы, плеоназмы, различные виды контраста и др.

Функции риторических фигур имеют свою специфику в политической коммуникации, обусловленную характерологическими и функциональными признаками политического дискурса.

Очевидно, по нашему мнению, существует зависимость между употребляемыми риторическими фигурами и выбираемыми говорящим коммуни-

262 | кативными стратегиями и тактиками. В данном случае жанр (торжественная речь) диктует употребление таких риторических фигур, которые нацелены на эмоциональное воздействие на аудиторию, воодушевление, сплочение массовой общности людей.

*Статья выполнена в рамках гранта РФФИ № № 18-012-00574 «Лингвокультурные доминанты легитимных/нелегитимных политических дискурсивных практик в пространстве русскоязычной коммуникации: типологическое исследование».*

### **Литература**

1. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.
2. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика / под ред. О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Издательство ЛКИ, 2007. 232 с.
3. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А.П. Чудинов. М.: Флинта: Наука, 2006. 256 с.
4. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис» 326 с.
5. Щербаков А.В. Градация в современном русском литературном языке (очерк экспрессивной стилистики): монография / А.В. Щербаков. Красноярск: Изд. центр Краснояр. гос. ун-та, 2006. 166 с.

*A. V. Shcherbakov*

### **RHETORICAL FIGURES IN POLITICAL DISCOURSE**

*Annotation.* The article is devoted to the functioning of rhetorical figures in the texts of the political sphere. Functional features of political discourse contribute to the use of all possible means of speech influence. The paper attempts to establish the relationship between the rhetorical figures used and the communicative strategies and tactics chosen by the author of the text. The most frequent rhetorical figures in the political sphere of communication include gradation, parcelling, repetition, pleonasm, and various types of contrast.

*Keywords:* rhetoric, political rhetoric, rhetorical figures, stylistic figures, political discourse, gradation, parcelling, antithesis, repetition.

## *РАЗДЕЛ 2*

# **РИТОРИКА И КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И ОБРАЗОВАНИИ**

## **ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС «КОММУНИКАТИВНАЯ ТОЛЕРАНТНОСТЬ» В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ**

*Аннотация.* В статье рассматривается место элективного курса в подготовке бакалавров-будущих педагогов, описывается методика проведения курса, приводятся примеры наиболее эффективных методов обучения, анализируются результаты.

*Ключевые слова:* коммуникативная толерантность, коммуникативное поведение, бесконфликтное общение, речевая агрессия, коммуникативная культура.

**Р**азработка и проведение общеуниверситетского элективного курса «Коммуникативная толерантность» для обучающихся по программам бакалавриата направления подготовки «Педагогическое образование» позволило осмыслить актуальность и необходимость данной дисциплины, а также наметить ряд проблем, требующих решения.

Наука о коммуникативной толерантности находится еще в стадии формирования, она объединяет достижения многих смежных наук — психолингвистики, социолингвистики, риторики, коммуникативной лингвистики, политологии, культурологии, конфликтологии и др. Толерантность, по определению И.А. Стернина, — «положительное нравственное качество человека, заключающееся в ценностной ментальной установке на терпимость к мнениям, убеждениям и формам поведения другого человека» [1: 16].

Практическое обучение коммуникативной толерантности в нашей стране актуально сегодня не меньше, чем разработка ее теоретических проблем. В России нет традиций обучения коммуникативной толерантности. Вместе с тем, актуальность такого обучения налицо. Коммуникативная толерантность, культура общения необходимы каждому, т.к. грубые ошибки в общении мешают достижению позитивного результата в деловой сфере, нормальной семейной жизни, общению с людьми, ведут к повышенной конфликтности общения.

В начале 2000-х гг. в российской политической, общественной жизни проблема толерантности стояла очень остро, был принят ряд документов, ставящих задачу формирования толерантного сознания в российском обществе: в декабре 1999 г. — правительственная программа, подписанная



вице-премьером В.И. Матвиенко, 25 августа 2001 г. – постановление правительства РФ о федеральной целевой программе «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (2001–2005 годы)».

В настоящее время проблема формирования толерантного сознания не потеряла своей остроты и значимости. Этим, видимо, объясняется интерес студентов-бакалавров к дисциплине «Коммуникативная толерантность» в качестве общеуниверситетского элективного курса. Дисциплина входит в блок вариативных дисциплин образовательной программы бакалавриата и изучается в 3 семестре.

Цель курса «Коммуникативная толерантность» — ознакомление с теоретическими и практическими проблемами коммуникативной толерантности, последовательное обучение методам практического формирования толерантности как компонента коммуникативного поведения человека.

Задачи:

- изучение содержания концепта *толерантность*;
- анализ проявления толерантности в межличностном общении народа, в особенностях коммуникативного поведения народа;
- формирование толерантности в сознании обучающихся через общение в процессе социального взаимодействия, учебы, воспитания;
- формирование умения производить анализ речи с точки зрения реального проявления в ней толерантности.

Явление толерантности может анализироваться в двух аспектах: «на лингвокогнитивном уровне – описание содержания концепта *толерантность* через анализ языковых средств, объективирующих его в языке и представляющих его в семантическом пространстве языка; на коммуникативном уровне – описание проявления толерантности в межличностном общении народа, в особенностях коммуникативного поведения народа» [1: 3].

Отсюда структура дисциплины предполагает наличие двух основных разделов: 1) Толерантность и русский менталитет. Категория толерантности в разных национальных коммуникативных культурах; 2) Формирование толерантного коммуникативного поведения.

Раздел «Толерантность и русский менталитет. Категория толерантности в разных национальных коммуникативных культурах» включает следующие темы: «Толерантность и русский менталитет», «Виды толерантности», «Толерантность как концепт. Содержание концепта толерантность. Концепт *толерантность* в русской концептосфере», «Толерантность и терпимость», «Толерантность как коммуникативная категория», «Категория толерантности в разных национальных коммуникативных культурах».

Содержательным ядром первого раздела курса является блок тем, посвященных категории толерантности в разных национальных коммуникативных

266 | культурах. Прежде всего здесь рассматривается английская, американская, китайская и русская коммуникативная культура, выявляются критерии оценки уровня толерантности коммуникативной культуры. Далее студенты готовят сообщения о коммуникативной культуре и соответственно о проявлении толерантности – на основании выявленных критериев – в коммуникативном поведении разных народов (по выбору).

В разделе «Формирование толерантного коммуникативного поведения» находят отражение такие темы, как: «Формирование толерантного сознания через коммуникацию», «Принципы бесконфликтного общения. Коммуникативные барьеры», «Фактор адресата в речевом общении», «Речевая агрессия. Речевая защита», «Формирование толерантности коммуникативного поведения ребенка», «Формирование толерантности коммуникативного поведения школьника», «Формирование толерантности коммуникативного поведения взрослых», «Дебаты как средство формирования толерантного коммуникативного поведения».

Отдельные практические занятия посвящены рассмотрению речевой агрессии в речи детей дошкольного и школьного возраста, поскольку «возрастные изменения, влияющие на характер проявления речевой агрессии, связаны прежде всего с расширением тематики агрессивных высказываний (на уровне содержания) и с разнообразием способов и приемов выражения (на уровне формы)» [2: 274]. Будущие педагоги проявляют особый интерес к специфике адресата в речевом общении (детей, молодежи, мужчин / женщин, людей пожилого возраста), приемам речевой защиты от речевой агрессии. Также студенты с воодушевлением готовятся к проведению и участвуют в дебатах на заранее выбранную ими путем голосования тему. Так, в 2018 году для дебатов выбрали тему «Зависит ли наше будущее от нашей учебы?».

В обучении коммуникативной толерантности применимы такие принципы и методы обучения, как коммуникативность, наглядность, обучение на текстовой основе, имитационный метод, ситуативно-тематическая направленность обучения. При этом методическая система обучения коммуникативной толерантности обладает и своими ведущими приемами. Это устные монологические выступления каждого обучающегося, анализ текста с точки зрения соблюдения коммуникативной толерантности, риторический анализ, риторические задачи, риторические игры.

Риторический анализ предполагает оценку речевого поведения коммуникантов: вид и характер общения, коммуникативные задачи собеседников, коммуникативные промахи.

Фактически в ходе риторического анализа необходимо ответить на три вопроса:

- 1) Что сказал выступающий?
- 2) Что он хотел сказать?

## 3) Что сказал ненамеренно?

Риторический анализ в курсе «Коммуникативная толерантность» применяется при оценке выступлений студентов с сообщениями о коммуникативной культуре разных народов, речей участников дебатов.

Риторическая задача предполагает поиск ответа на вопросы о тактике общения в определенной, описанной в задании ситуации. В результате решения задачи обучающиеся создают текст (высказывание), прогнозируют его содержание, предполагают варианты реплик диалога и т.п. Риторические задачи носят открытый характер: возможны разные пути решения одной и той же задачи. Целесообразно организовать работу по решению риторических задач в группах по 2–3 человека. Необходимо проводить анализ предложенных решений с точки зрения эффективности предполагаемого речевого поведения, уровня его толерантности. Например,

– Как бы вы поступили в данной конфликтной ситуации (описание ситуации прилагается)? Как выйти из конфликта? Как и когда можно было предупредить конфликт?

– Вежливо согласитесь / не согласитесь с высказыванием, приведя аргумент:

*Санкт-Петербург — очень красивый город.*

*У нас прекрасная учительница английского языка.*

*Она очень хорошо поет.*

Или:

– Вежливо откажитесь, развернуто мотивировав свой отказ:

*Давай зайдем сейчас ко мне!*

*Одолжите мне на неделю тысячу рублей.*

*Дай мне на сегодня твой учебник!*

*Предлагаем вам вступить в нашу партию.*

*Одолжи мне платье на выходные дни!*

Риторические игры позволяют активизировать речемыслительную деятельность обучающихся с помощью таких факторов, как необходимость общаться с учетом той или иной социальной роли в условиях максимального проявления импровизированных умений (ролевые игры); быстро реагировать на ситуацию с использованием соответствующих средств языка и речи, изменять речевое поведение в соответствии с действиями партнера (речевые игры).

Например: «Разыграйте» по ролям диалоги. Выберите бесконфликтные ответы. Проанализируйте формы агрессивного речевого поведения. Предложите свои варианты речевого поведения в подобных ситуациях.

А. *Это ты положила?* Б. *Я. Не я. А кто же еще? А что?*

А. *Где мой пиджак?* Б. *В шкафу. На стуле в комнате. Не знаю. Возьми там. Я его не ношу. Почему я должна знать, где твой пиджак? Я не нанималась его сторожить. Откуда я знаю?*

268 | А. Вы тут ничего не брали? Б. Нет. Ой, извините, сейчас отдам. Я что, ненормальная, что ли?

Основными критериями оценивания результатов обучения студентов коммуникативной толерантности являются: усвоение теоретических основ коммуникативной толерантности; умение самостоятельно анализировать проявления толерантности в коммуникативном поведении народа; способность оценить эффективность уместного речевого поведения в конфликтной ситуации; проявление коммуникативной толерантности в процессе публичного дебатирования; умение производить анализ речи с точки зрения проявления в ней толерантности.

### **Литература**

1. Стернин И.А., Шилихина К.М. Коммуникативные аспекты толерантности. Воронеж, 2000.
2. Щербинина Ю.В. Речевая агрессия. Территория вражды. М., 2012.

*E.N. Abrashina*

### **ELECTIVE COURSE «COMMUNICATIVE TOLERANCE» IN THE SYSTEM OF BACHELOR TRAINING**

*Annotation.* The article discusses the place of the elective course in the preparation of bachelor-to-be teachers, describes the methodology of the course, gives examples of the most effective teaching methods, analyzes the results.

*Keywords:* communicative tolerance, communicative behavior, conflict-free communication, verbal aggression, communicative culture.

*Э.Н. Акимова*

*ENAkimova@pushkin.institute*

*доктор филол. наук, профессор кафедры русской словесности  
и межкультурной коммуникации Государственного института  
русского языка им. А.С. Пушкина  
Москва, Россия*

*А.А. Короткова*

*alterkn@gmail.com*

*магистрант Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина  
Москва, Россия*

## **ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ДРЕВНЕРУССКОГО УЧИТЕЛЬНОГО КРАСНОРЕЧИЯ**

*Аннотация.* В статье анализируется малоизвестный древнерусский памятник XII века – «Послание Георгия, черноризца Зарубской пещеры, к своему духовному сыну». Текст дидактический, написан разговорным языком с диалектными особенностями Юго-Западной Руси. В то же время в нем присутствуют тропы и фигуры: амплификация эпитетов, риторические вопросы и обращения, образные сравнения, развернутые метафоры. Такой тип дидактического текста был нормой для древнерусского периода.

*Ключевые слова:* древнерусская риторика, учительное красноречие, эпистолярная публицистика, принципы дидактики.

**Р**асцвет древнерусской риторики, как известно, приходится на XI–XII вв., ее спецификой является тот факт, что на Руси не получила распространения практика устного публичного выступления. Речи писались, затем – в отдельных случаях – читались вслух.

Памятники церковного и светского красноречия по особенностям формы и содержания, по объему и по языковой характеристике делятся на две группы: эпидейктические и дидактические.

Памятники первой группы обычно обозначались термином «слово». Они составлялись людьми незаурядной общей и литературной культуры, высококлассными профессионалами по правилам византийского и античного торжественного красноречия, были обращены к читателям и слушателям, «с преизбытком насытившимся книжной сладости» (Иларион), и посвящались глобальным общественно-политическим проблемам либо были образцами патетической лирики. Это Слово о Законе и Благодати митрополита Илариона, Похвала Феодосию Печерскому, Слово Моисея Выдубицкого, сочинения

270 | Кирилла Туровского, Слово о князьях, инока Фомы Слово похвальное, Слово похвальное Льва Филолога Михаилу и Феодору Черниговским из Великих Миней-Четьих и нек. др.

Красноречие дидактическое преследовало чисто практические цели непосредственного назидания, информации, полемики. «Поучения» и «беседы» обычно были невелики по объему, писались и произносились на общедоступном, практически разговорном древнерусском языке без каких-либо риторических украшений. Это основная часть Изборника 1076 г., поучения Феодосия Печерского, новгородского епископа Луки Жидята, новгородского архиепископа Ильи, 1-я часть Поучения Владимира Мономаха, Поучения к простой чади епископа белгородского Моисея, Слова Серапиона Владимирского, наставление тверского епископа Семена, Наставление отца к сыну, послание игумена Памфила, послание Иосифа Волоцкого княгине Голениной, Поучение Даниила, митрополита всея Руси, 1-я часть «Тайная тайных», «Беседа отца с сыном о женской злобе», некоторые сочинения Аввакума.

По содержанию их можно разделить на три группы: 1) разъяснение догматов новой веры – христианства или, напротив, неприемлемых для православия черт веры католической (Лука Жидята, Феодосий Печерский); 2) обличение человеческих пороков, в первую очередь пьянства, и языческих верований (Моисей Белгородский, Серапион Владимирский, игумен Памфил); 3) наставление отца к сыну, в том числе духовного отца (одноименное произведение, 1-я часть Поучения Владимира Мономаха, вступление к «Домострою» и др.).

Органическое единство с предыдущими жанрами составляли эпистолярно-публицистические.

Практически вся древнерусская переписка, кроме берестяных грамот, имела или со временем приобретала значение культурного факта для своей эпохи. Включение отдельного послания в книжную традицию является, по мнению исследователей, критерием того, что оно осознавалось как культурно-историческая ценность и функционировало среди произведений книжности [4: 3].

Эпистолярные памятники позволяют увидеть прошлое через прямую речь живших тогда авторов писем. Основной тип письма, сохранившийся от древнейшего периода русской истории – это послание-поучение.

Тематика этих памятников, за редким исключением, актуальна и общественно значима, что позволяет рассматривать их как произведения публицистические вопреки распространенному мнению, что до XV в. публицистика не занимала значительного места в общем объеме литературного творчества.

В настоящей статье речь пойдет о малоизвестном древнерусском памятнике XII века – «Послании Георгия, черноризца Зарубской пещеры, к своему духовному сыну». Памятник, кроме заметок о том, что он имеет волынское происхождение, практически не исследован. Скучные сведения о нем и его авторе содержатся только в «Словаре книжников и книжности Древней Руси»

[5: 105]. Ни в «Биобиблиографическом словаре», ни в учебниках и учебных пособиях по истории древнерусской литературы и языка этот памятник не отмечен [3; 1; 2].

Послание дошло до нас в четырех рукописях. Три из них – это сборники поучений Ефрема Сирина, а четвертая представляет собой сборник разнообразного состава. Древнейший список находится в пергаменной рукописи, созданной в 1280-е гг. при Владимирско-Волынском князе Владимире Васильковиче, что позволяет датировать послание временем не позже 1280-х гг. Насколько раньше этого срока писал его черноризец Георгий, установить не представляется возможным. В свое время И.И.Срезневский высказал мнение, не позволяет ли отсутствие в послании Георгия «каких бы то ни было упоминаний о татарах, о необходимости терпеть их иго и т.п.» предполагать, что оно было создано до нашествия татар [6: 57].

Первым издателем послания черноризца Георгия был И.И. Срезневский, который в 1867 г. опубликовал его по древнейшему, пергаменному, списку собрания Погодина. В 1890 г. П.В. Владимиров издал послание по списку Киевской духовной академии. Последняя публикация осуществлена И.А.Бычковым по рукописи ГПБ в 1917г. [4: 151]. Все эти издания давно стали библиографической редкостью, поэтому, на наш взгляд, перед непосредственным анализом текста в интересующем нас аспекте имеет смысл дать сам этот текст (тем более что он небольшой по объему) и его перевод на современный русский язык [4: 152–154].

Текст

***Отъ грѣшного Георгия, черноризца Зарубьскыя пещеры, повѣнье къ духовному чаду***

*Се пишу к тебе, чадо мое узлюбленое о Господи. Елма же усхотѣь еси душу свою спасти, створилъ мя еси, убогаго старца, вожа уности твоя, то помяни, како Владыка творецъ, небу и земли сыи творецъ, образъ собою всѣмъ дая, пришедъ от толики власти до нижныхъ насъ, нѣ усхотѣь поклонитися цесарю, самъ сыи цесарь цесаромъ, ни иному властелину, владыка сыи владыкамъ, ни философомъ, ни красными лици, ни любьмымъ си, но, слышавъ о старци единомъ, страньнѣ, убозѣ и алчемъ заморыиши, назѣ, портъ носяща ризныи до кольну и всяческы уморыиши, самовольствомъ к тому пришедъ, поклони пречистую главу свою, глава си всехъ, образъ вамъ дая, да не и мы прѣзрѣвъши ницелюбивыя мужа, обнищавши Христа ради, пути правящая Христовы узыцѣмъ, благъ и чистыи учитьѣь, погодивъ намъ.*

*Ты же, чадо мое сладкое, аще точию спасения ищещи, а нѣ иногo ни коего же славохотия, то и мимо мою грубость нѣ ищи учителья иногo си. Моя бо ти грубость доволна есть сказати, имже спасеиши, ащеохраниши, елико же ти реку. Аще, от бѣсъ вышивъся и прѣзря мя, начнеши искати ино любьзна ти лицемъ учителя, то аще иногo грѣха нѣ створиши, то*

272 | и то ти прѣзорьству гонити начнетъ на погибль души. Нѣ си храни, чадо мое сладкое: поминая присно смерть лютую, напрасньство ея, како многы въскорбѣ всъхщаеать, не дадуци ни понѣ единого словесе издрещи. Потом же токомо что, не страшное ли то судище и муки различныя, люты, безкончныя, уготованыи дияволу и творящимъ волю его, и еже поношѣние грѣшникомъ и похульние прѣдъ ангелы и человекеы, и уготованыя благостыня и прѣстоль славъ и вѣнцы на небесѣхъ праведникомъ! Но присно имѣи си на умѣ, сими присно поучаюся. **Въсели страхъ Божии въ серци си и любовь великую, яже к Нему, украшаяся паче злата и сѣбра и камене драгаго смѣрѣниемъ добрымъ своимъ. Паче и паче милостыня помагаи нищимъ, заступникъ буди сиротамъ и вдовицамъ, любовь имѣи ко всѣмъ равну, дружня тайны храни, клеветанья же зѣло убѣгаи, клятвы хранися, зависти не имѣя. Чужихъ добротъ нѣ съглядаи, да нѣ усхощещи имъ.**

Смѣха бѣгаи лихаго. Скомороха и слаточѣхара, и гудця и свирця нѣ уведи у домъ свои глума ради. Поганьско бо то есть, а не крестьяньско, да любяи та глумльня погань есть и съ крестьяны причастья нѣ имать. Дьяволи бо то суть всегда сии съмысци и созванья и веселья, блудская бо то есть краса и радость бѣсящихся отрокъ.

А крестьяньскы суть гусли – прѣкрасная доброгласная псалтыря, ею же присно должьни есмы веселитися къ пречистому Владыцѣ милостивому, Христу Богу нашему: «Святъ, святъ, святъ еси, Боже, исполнивыи небо и землю славы твоя». То ти драго есть веселье, то ти прѣславная есть пѣснь, со аньелы ны совокупляюци и ту же честь подая намъ грѣшникомъ. То ти прѣдивны суть гусли, всякои души животь подаюци и веселье.

Аще ли глума ищещи и веселья и всякоя вѣхы, то приемъ животворныя кнѣигы и почти святыхъ мужъ повѣсти, и учѣнья, и дѣла, и страсть, яже прияша за Христа Бога, пострадавши насъ ради грѣшныхъ, и обрящещи в нихъ сладоточны утѣхы, от Святаго Духа устроены, яко же бо бчелы от различенъ цвѣтець не суца, у тремно неразумно слово, у тремове стваряюща сты, дива достойны множьствомъ клѣтокъ красныхъ, и от росы небесныя напоеныя сласти и прѣкрасныя цвѣтця исморѣяюща на жалѣхъ носяща наполняюща сласти своя. Тому слава у вѣкы. Аминь.

Перевод

**От грешного Георгия, черноризца Зарубской пещеры, поученье к духовному чаду**

Вот пишу к тебе, чадо мое возлюбленное о Господе. Когда захотел ты душу свою спасти и избрал меня, убогого старца, наставником юности своей, то попомни о том, как Владыка творец, неба и земли творец, дал всем собою пример: придя от таковой великой своей власти к нам, низким, не восхотел он поклониться цесарю, сам царь царям, ни иному какому властителю, владыка владык, ни философам, ни тем, кто красен лицом, ни тем, кто в чести, но,



зная об одном старце, странствующем, убогом, заморившем себя постом, нагом, до колен лишь короткие ризы носящем и всячески себя истомившем, по воле своей к нему придя, преклонил пред ним пречистую главу свою, сам всем глава, пример нам подавая, чтобы и мы, не презирая нищелюбивых мужей, ради Христа обнищавших, взыскали истинных путей Христовых, благой и чистый учитель, помогающий нам.

*И ты, чадо мое сладкое, если только спасения ищешь, а не иного чего из честолюбивых помыслов, то не ищи, кроме моей грубости, иного себе учителя. Ибо и грубости моей довольно, чтоб научить, чем спастись тебе, если станешь блюсти, что я скажу тебе. Если же ты, возгордившись по бесовскому научению и отвергнув меня, начнешь искать иного приятного тебе лицом учителя, тогда, если и никакого иного греха не сотворишь, то и это одно своеволие начнет подвигать к погибели твою душу. Вот что храни, чадо мое сладкое: помни всегда о смерти лютой и о внезапности ее; о том, как многих она нежданно похищает, не дав сказать и единого слова. И что затем? Не страшный ли суд и различные муки, лютые, бесконечные, уготованные дьяволу и творящим волю его, и поношение грешникам, и поругание пред ангелами и людьми, и благостыни, и престолы славы, и венцы, уготованные на небесах праведникам! Вот что присно имей в душе, вот чему постоянно научайся. **Посели в сердце своем страх Божий и великую любовь к нему, украшая себя больше злата, и серебра, и драгоценных камней добрым своим смирением. Больше и больше помогай милостыней нищим, заступником будь для сирот и вдов, любовь имей ко всем равную, тайны друга храни, оклеветания бегай, береги себя от проклятий, не имей зависти. На чужое добро не смотри, да не возжелаешь его.***

Смеха бегай лихого. Скомороха и игреца на гудке и свирели не вводи в свой дом для глумных увеселений. Языческое это дело, а не христианское, язычник тот, кто любит эти увеселения, и не получить ему общения с христианами. Дьяволы они всегда, эти смычки, и собрания, и увеселения, блудная это краса и радость бесящихся отроков.

*А христианские гусли – прекрасная и доброгласная Псалтырь, и ею постоянно должны мы веселить себя, воспевая ко пречистому Владыке, милостивому Христу Богу нашему: «Свят, свят, свят еси Боже, исполнивший небо и землю славы своей». Вот тебе бесценное веселие, вот тебе преславная песнь, со ангелами нас совокупляющая и ангельскую ту же честь подающая нам грешным. Вот тебе предивные гусли, всякой душе подающие жизнь и веселие.*

*Если же развлечения ищешь и веселия, и всяческой утехи, то взяв животворные книги, прочти в них повествования о святых мужах, об их учении, делах и мучениях, что приняли они за Христа Бога, пострадавшего ради нас грешных, и обряцешь там сладостные утехи, устроенные Святым Духом,*

274 | *уподобившись пчелам, несущим от различных цветов в улей разумное слово и создающим в улье соты, достойные удивления множеством прекрасных клеток, и собирающим напоенную небесной росой сладость с прекрасных цветов, и носящим на жалах, наполненных сласти. Тому слава во веки. Аминь.*

Как видим, текст содержит наставление в христианском благочестии и суровое осуждение мирских развлечений.

В целом тон послания кроток, старец Георгий учит свое духовное чадо тем простым и одновременно трудным нравственным заповедям, каким вновь и вновь должен учить всякий духовный пастырь своих детей (см. выделенное место в тексте).

Достаточно безыскусная, написанная разговорным языком с диалектными особенностями Юго-Западной Руси речь не есть тем не менее речь простеца. Амплификация эпитетов, риторические вопросы и обращения, образные сравнения, развернутые метафоры – все это присутствует в тексте, несмотря на явно негативное отношение автора к «философам» и «славохотию». Очевидно, такой тип дидактического текста был нормой для древнерусского периода.

Обращение учителя к ученику с наставлением искать, подобно пчеле, мудрости в «животворных» книгах заставляет предположить, что старец Георгий был знаком с «Пчелой» – сборником изречений и цитат из античных писателей, священного писания и отцов церкви, переведенным с греческого языка на славянский в XII в. Ср. в «Пчеле»: «Яко же бчелу видим, по всем садом и зельем летающе, от когождо их полезная приемлюще, тако же и уноши учащесе философи и на высоту мудростью хотяще възыти и отвсюду лучыша собирають» [Цит. по: 4: 153].

Из отдельных строк послания становится ясно, что старец Георгий ревновал свое чадо к кому-то из духовных «вожей», превосходивших старца то ли ученостью, то ли славой, то ли приближенностью к власти. Тягу ученика к этому «любьзну лицемь учителю» он воспринимал как «славохотие». Его тирада о смирении Господа, преклонившего голову не перед царями и властителями, а перед «убогим старцем» Иоанном Крестителем, построена как аргументация в пользу собственного «убожества».

Как известно, умаление себя перед миром и другими людьми – одна из основ христианского мироощущения. В литературе это привело к созданию этикетных авторских «самоуничижительных» формул, причем разные писатели с разной интенсивностью выказывали свою авторскую смиренность и сами формулы были разными: «прегрешный» (Ермолай Еразм), «недостойный» (Епифаний Премудрый), «грубый» (Пахомий Серб) и т.п.

При прочтении послания, особенно его «корительной» части, возникает ощущение необычайной духовной близости этих двух людей – старца Георгия и оставшегося неизвестным его духовного чада. Так строгостью воспитывают родители своих детей, так выговаривают им за недостойные

поступки, готовя к будущей жизни. Стиль послания, запечатлевший стиль общения Георгия со своим воспитанником, дает возможность почувствовать, насколько сильны были на Руси узы духовного отцовства.

Итак, анализ текста «Послания Георгия, черноризца Зарубской пещеры, к своему духовному сыну» показал, что для воспитательно-педагогической мысли Древней Руси были органично характерны многие положения современной дидактики, выдвинутые и обоснованные Яном Амосом Коменским в его капитальном труде «Великая дидактика» [7: 23–26]. Это, в первую очередь, идеи преимущества обучения на родном языке и сотрудничества учителя и ученика, а также метод наглядного обучения, принципы доступности и постепенности, обучения «от простого к сложному».

### Литература

1. Истрин В.М. Очерк истории древнерусской литературы домосковского периода (XI–XIII вв.) / Под ред. О.В.Никитина. М.: Академия, 2002. 384 с.
2. Кусков В.В. История древнерусской литературы. 5-е изд., испр. и доп. М.: Высш. шк., 1989. 304 с.
3. Литература Древней Руси: Библиограф. словарь / Сост. Л.В.Соколова; Под ред. О.В.Творогова. М.: Просвещение, 1996. 40 с.
4. Поньрко Н.В. Эпистолярное наследие Древней Руси. XI–XIII вв. / Ответ. ред Д.С.Лихачев. СПб.: Наука, 1992. 217 с.
5. Словарь книжников и книжности Древней Руси. Вып. 1. (XI – первая половина XIV в.) / Ответ. ред. Д.С.Лихачев. Л.: Наука, 1987. 494 с.
6. Срезневский И.И. Сведения и заметки о малоизвестных и неизвестных памятниках VII (Поучение Зарубского черноризца Георгия в списке XIII в.) // СОРЯС. 1867. Т.1. С.35–61.
7. Хуторской А.В. Современная дидактика. СПб., 2001. 284 с.

*E. N. Akimova, A. A. Korotkova*

### **DIDACTIC POTENTIAL OF THE INSTRUCTIVE ELOQUENCE**

*Annotation.* The article analyses the Old Russian manuscript of XII century “*Poslaniye Georgia chernorizdtsa Zarubskoy pescheri svoemy duhovnomu sinu*” (“The Epistle of George of the Zarubskay cave to his spiritual son”). The text is didactic and is written in colloquial language with the dialectic peculiarities of South-West Russia. At the same time it contains the tropes and figures, e.g. amplified epithets, rhetoric questions and address, image simile, extended metaphors. Such type of a text was common for Old Russian period.

*Keywords:* Old Russian rhetoric, instructive eloquence, publicistics, didactic principles.

## **НОВАЯ ФОРМА ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ**

*Аннотация.* Статья посвящена новой форме экзамена в 9 классе средней школы – собеседованию по русскому языку. Автор анализирует основные трудности, с которыми сталкивается экзаменатор и школьник.

*Ключевые слова:* собеседование, речевая ситуация, чтение, монолог, диалог.

Необходимость контроля сформированности коммуникативной компетенции не только в письменной форме, но и устной осознавалась педагогической общественностью давно. Второй год в школах России проходит апробация устного экзамена по русскому языку в форме собеседования. Предполагаемый экзамен должен стать допуском к основной аттестационной работе в средней школе. Не будем останавливаться на безусловной важности формирования у современных школьников умения общаться. Отметим лишь, что в соответствии с общемировыми тенденциями в образовании собеседование предполагает отказ от предметного содержания, оно направлено на проверку метапредметных умений обучающихся работать с текстом, структурировать информацию, учитывать коммуникативную ситуацию и вести диалог с собеседником с учетом всех норм русского языка.

Демонстрация экзамена состоит из четырех заданий: чтение теста, пересказ, составление монолога по одной из предложенных тем и диалог с экзаменатором-собеседником на тему предыдущего задания.

Во время собеседования ведется аудиозапись ответа обучающегося, что является дополнительным стрессогенным фактором экзамена. Хотя в методике русского языка давно известен такой метод, как тихий ответ, когда учащиеся записывают свой ответ на магнитофон или диктофон, а учитель потом его прослушивает, но широкого распространения этот вид работы не получил из-за недостаточной технической оснащенности массовых школ и объективной сложности организации такой деятельности. Сегодня запись речи учащихся ведется на экзамене по иностранному языку, но это экзамен по выбору, а экзамен по русскому языку должен сдать каждый.

На всю работу отводится 15 минут. С временным ограничением связана еще одна трудность собеседования. У школьника складывается ощущение, что он ничего не успевает, песочные часы, которые выдаются экзаменатору, заставляют учащегося постоянно отвлекаться.

Рассмотрим основные трудности на каждом из этапов выполнения работы.

Первое задание представляет собой текст объемом 170–180 слов, который учащийся должен выразительно прочитать. Время на подготовку – 2 минуты. Кажется, что чтению в школе уделяется большое внимание, читают не только на уроках русского языка и литературы, но и на всех других предметах. Однако школьники скорее сосредоточены на скорости чтения, а не на главной коммуникативной задаче чтения – донести информацию до слушателя. Кроме ожидаемых ошибок в склонении числительных и при произнесении слов типа «феномен» или «скольких», девятиклассники испытывают трудности при интонировании предложений с обобщающим словом при однородных членах предложения, восклицательных предложений и особенно часто при необходимости понижения голоса в утвердительных предложениях. Последние наблюдения свидетельствуют, что детям все труднее правильно интонировать русское повествовательное предложение, особенно в конце абзацев или целого текста. На наш взгляд, это может быть связано с ранним изучением иностранных языков, прежде всего английского, в которых интонационный рисунок существенно отличается. На уроках иностранного языка дети постоянно слушают аудиозаписи текстов и диалогов, а на русском языке современные учащиеся почти никогда не слышат эталонной речи.

При подготовке к выполнению этого задания помочь может проведение интонационной разметки чтения и чтение по уже готовым разметкам. Необходимо включать в работу самоанализ чтения при помощи аудио- или видеозаписи. Хорошо помогает работа в парах, когда один из учащихся выполняет роль эксперта.

Второе задание предполагает пересказ только что прочитанного текста с включением в пересказ предлагаемой цитаты. Необходимо еще раз просмотреть текст, определить тему и идею текста, установить количество микротем и выделить в каждой из них ключевые слова, найти место для цитаты и продумать способ ее введения в текст. Как показал пробный экзамен, одной минуты на подготовку большинству девятиклассников мало. Текст при пересказе забирают, а выписанные слова не помогают, если учащийся не успел выстроить четкий план текста. Неожиданной для нас оказалась трудность с введением цитаты, так как школьники не допускали ошибок при построении предложения с прямой или косвенной речью, а просто забывали сослаться на говорящего и читали высказывание как часть текста.

По первым двум заданиям оценивается отсутствие грамматических, орфоэпических, речевых ошибок, учитываются допущенные искажения слов.

278 | По данным ФГБУ «Федеральный центр тестирования»<sup>13</sup> лишь 41 % учащихся не делает грамматических ошибок при чтении и пересказе. Наши данные по 134 учащимся ГБОУ Школы №1347 г. Москвы немного выше – 54 %. Но нам кажется, что это одна из самых болевых точек современного русского языка. Заимствованные слова, жаргонизмы, модные фразы сменяются и уходят из языка или начинают жить по его законам, а «размывание» грамматических норм искажает язык. Учащиеся не замечают, например, ошибок в построении сложных предложений, деепричастных и причастных оборотов. Разговоры о необходимости формирования функциональной грамотности ведутся уже давно, но, как видим, результат пока не достигнут. Работа здесь необходима очень кропотливая и длительная, поэтому никак не получится исправить ситуацию в течение одного учебного года.

Третье задание вариативно, оно предполагает монологическое высказывание. Учащийся должен описать фотографию, или рассказать о каком-то событии из своей жизни, или порассуждать на поставленный вопрос. На подготовку монологического высказывания, которое должно состоять не менее чем из 10 предложений, тоже дается минута. Монолог не должен длиться больше 3 минут. На первый взгляд кажется, что создавать тексты с элементами описания, повествования и рассуждения дети учатся еще с дошкольного возраста, но спонтанное говорение совершенно не характерно для современной российской школы. Учитель, как правило, проверяет пересказ выученного дома материала. Т.А. Ладыженская подчеркивала, что «в процессе общения люди обмениваются не только фактической, но и эмоциональной информацией» (курсив автора) [1: 40]. На экзамене создается искусственная среда, в которой учащийся невольно ощущает фальшивость своего рассказа. В задании не отражена интенция высказывания, никак не описана та конкретная жизненная ситуация, в которой ребенок мог бы реализовать свою речь. При подготовке к собеседованию мы слышали такие вопросы обучающихся: «Обязательно говорить правду? Никто же не сможет проверить, была ли я в том музее». Многие учащиеся выбирают описание фотографии, потому что здесь не надо говорить о себе и не приходится врать, но тогда возникают другие сомнения: «Мы же вместе видим, что изображено. Кому я это рассказываю?» В учебнике «Риторика» под редакцией Т.А. Ладыженской предлагается развивать у школьников 4–11 классов умение учитывать самые разные обстоятельства общения при создании различных жанров, но экзаменационные задания никак не ориентированы на жанр речи, не описывают речевые роли участников экзамена. Именно отсутствие ориентации на адресат делает школьное сочинение схоластическим и лишенным практической направленности, эти же проблемы мы видим и в предлагаемом экзамене.

<sup>13</sup> <http://www.rustest.ru/gia/trainings/itogovoe-ustnoe-sobesedovanie-po-russkomu-yazyku-v-9-klasse/>

При выполнении четвертого задания учащийся должен ответить на вопросы экзаменатора-собеседника, вопросы заранее сформулированы в экзаменационных материалах. Сложность для школьника состоит в том, что он должен выслушать вопрос, адекватно его понять и сформулировать развернутый ответ, желательно используя сложноподчиненные предложения и вводные конструкции. Понятно, что и здесь свободное общение невозможно, но артистичные экзаменаторы-собеседники стараются создать иллюзию непринужденного диалога, многие же просто зачитывают вопросы по карточке. Экзамен превращается не в диалог, а в интервью. Отметим, что критерии оценивания ответов учащихся, очень неконкретны, лишены четких формулировок. В этом году предполагается обучение экспертов, оценивающих ответ учащихся, но не экзаменаторов-собеседников. В форме протокола эксперта для оценивания ответов участников есть пункт, учитывающий соответствие речевой ситуации, но сама процедура экзамена создает неестественную для свободного говорения обстановку. Интересно, что по данным Федерального центра тестирования 93 % учащихся учитывают речевую ситуацию при создании монолога и 94 % – в диалоге с экзаменатором. В целом по России пробный экзамен не сдали, то есть не получили необходимых 10 баллов из 19,7 % обучающихся. В московских школах ситуация несколько лучше – около – 5 %.

Подводя итог, отметим основные, на наш взгляд, сложности предстоящего экзамена.

1. Технические трудности, связанные с аудиозаписью ответов учащихся.
2. Необходимость психологической поддержки школьников при прохождении процедуры экзамена.
3. Неоднозначность критериев оценки ответа.
4. Искусственность речевой ситуации экзамена.

Необходимая и такая важная на современном этапе образования форма контроля сформированности коммуникативной компетенции учащихся несовершенна, потому что не учитывает ее риторическую составляющую.

### **Литература**

1. Ладыженская Т.А. Обучение общению: методика школьной риторики. Учебное пособие для педагогов, студентов вузов, преподавателей и слушателей системы повышения квалификации. – М.:Баласс, 2013. – 144с.

*G. V. Alexandrova*

### **A NEW FORM OF TESTING COMMUNICATIVE COMPETENCE IN SECONDARY SCHOOL**

*Annotation.* The topic of the article is a new form of the examination in the 9th grade – Colloquy on Russian language. The author analyses main hardships that examiner and pupils are facing.

*Keywords:* interview, speech situation, reading, monologue, dialogue.



## **ОБУЧЕНИЕ АНАЛИЗУ АРГУМЕНТАЦИИ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ В ВУЗЕ**

*Аннотация.* Статья посвящена проблеме обучения анализу аргументации при обучении риторике в вузе в рамках курса «Русский язык и культура речи» для студентов нефилологических специальностей. Предлагаются критерии оценки убеждающей речи, в том числе критерии оценки аргументов. Эти критерии позволяют студентам оценивать не только свою речь, но и выступления других ораторов. В результате у студентов формируются навыки и умения анализа аргументов как составная часть медиаграмотности.

*Ключевые слова:* риторика, коммуникация, аргументация, медиаграмотность, русский язык и культура речи.

**В** современных условиях развития общественной жизни важным становится умение молодого человека рационально и объективно оценивать информацию, поступающую из различных источников: СМИ, социальных сетей, блогов и из личного общения с другими людьми. В связи с этим возрастает роль медиаграмотности [7], одним из аспектов которой можно считать умение анализировать аргументацию автора звучащего или письменного текста. В неязыковом вузе данная задача может решаться в рамках курса «Русский язык и культура речи» [5].

В современных условиях эмоционализации общественной жизни необходимо развивать рациональное мышление студентов, их знания, навыки и умения в области рационального и эмоционального речевого воздействия [6]. В классической риторике аргументы делят на сильные, слабые и несостоятельные, однако оценивает силу аргумента аудитория, а не сам оратор [2]. Если аудитория привыкла поддаваться воздействию эмоциональных аргументов, то задача оратора облегчается. К сожалению, в речи многих политиков, журналистов, блогеров звучат ничем не подтвержденные утверждения и аргументы, которые нельзя рассматривать как сильные. С точки зрения теории речевой коммуникации, это нарушение максимы качества информации Г. Грайса, а именно требования достаточных оснований высказывания [1: 91–92]. Это свидетельствует, с одной стороны, о низкой медиаграмотности аудитории, а с другой стороны – о низкой риторической культуре всех участ-



ников общения. Кроме того, во многих телешоу участники часто используют эмоциональные аргументы [6] и различные уловки [4: 36–68]. В результате молодые люди не имеют практики рациональной оценки аргументации и могут стать игрушкой в руках опытных манипуляторов.

Курс «Русский язык и культура речи» для студентов нефилологических специальностей высших учебных заведений [5] рассчитан на 17 практических занятий, хотя часто технические факультеты включают в учебный план только 8 практических занятий. Программа предусматривает изучение основ риторики, принципов редактирования научного текста (текста курсовой работы), правил составления текстов официально-делового стиля речи. Поэтому на изучение раздела «Риторика» в учебном плане можно выделить только 3 практических занятия. После ознакомления с основными принципами построения убеждающей речи студентам предлагается задание подготовить убеждающую речь объемом 4 минуты, в которой необходимо привести три сильных аргумента (или два сильных и один слабый) в пользу тезиса. На эту работу отводится только одно занятие. Во время этого занятия студенческая группа (28–30 человек) делится на три-четыре подгруппы по 7–10 человек. Каждый студент выступает с речью перед такой подгруппой, которая затем обсуждает и оценивает речь по предложенным критериям (см. таблицу 1), оценки вносятся в матрицу (см. таблицу 2).

*Табл. 1. Критерии оценки убеждающей речи*

Критерий оценки	Количество баллов	Макс. балл
1. Интерес к теме	0 – тема неинтересна большинству 1 – тема интересна половине слушателей 2 – тема интересна большинству	2
2. Эффективность названия	0 – название отсутствует / излишне длинное / наукообразное / не раскрывает содержание 1 – название краткое, указывает на содержание речи, но не содержит специальных средств эмоционального воздействия 2 – название краткое, указывает на содержание и привлекает внимание	2
3. Обращение к слушателям	0 – обращение к слушателям отсутствует 1 – обращение присутствует	1
4. Прием начала речи	0 – прием «сразу перейти к изложению темы» 1 – прием, привлекающий внимание слушателей 2 – прием начала очень интересный / использовано несколько приемов начала	2
5. Сила аргумента 1	0 – аргумент отсутствует	3
6. Сила аргумента 2	1 – слабый аргумент	3
7. Сила аргумента 3	2 – сильный аргумент 3 – сильный аргумент с подтверждением	3



Тезис оценивается, если он обоснован аргументами. Аргументы оцениваются, если они обосновывают тезис. Задание выступить с убеждающей речью считается выполненным, если тезис ясен и обоснован аргументами. Для того, чтобы работа была зачтена, студенту необходимо набрать 20 баллов и больше.

В ходе выполнения данного задания студенты должны осознать, что даже сильный аргумент может оказаться слабым, если не сказать об источнике, доказывающем достоверность этой информации. То, о чем не сказано в споре, в речи, не существует для аудитории. Вспомним, что софисты стремились дискредитировать противника, опорочить его перед слушающими, сбить его с мысли, заставить замолчать здесь и сейчас. Примеры этого можно встретить во многих современных телешоу. Знать об этом, уметь выявлять эмоциональное воздействие, анализировать обоснованность и достоверность аргументов – это необходимое умение молодого человека. Поэтому в учебных целях мы различаем сильные аргументы и слабые аргументы с подтвержденной достоверностью.

При этом к сильным аргументам (которые студенты могут оценить в 2 балла) мы относим:

- точно установленные факты (исторические, относящиеся к физической природе и т. д.) и суждения, вытекающие из них;
- заключения экспертов, если указан социальный статус данного эксперта, если же статус не указан, аргумент превращается в слабый;
- цитаты из публичных заявлений, книг признанных в той или иной сфере авторитетов, если об их статусе сказано в речи и если эти авторитеты имеют отношение к обсуждаемой теме (ср. использование известных людей в рекламе и в теле-шоу для привлечения внимания и воздействия авторитетом на аудиторию, хотя они не являются экспертами в обсуждаемом вопросе);
- показания свидетелей и очевидцев (хотя часто они являются слабым аргументом в силу психологических особенностей человеческого восприятия);
- статистическая информация, собранная и обработанная профессионалами-статистиками, если указан источник, то есть авторитетная организация, проводившая исследование;
- результаты экспериментальных научных исследований, если указан автор и статус автора (например, указание *«ученые московского государственного университета доказали»*). Чтобы этот аргумент превратить в сильный с подтверждением достоверности, необходимо указать авторов, год проведения исследования, руководителя и издание, в котором результаты были опубликованы).

К сильным аргументам с подтвержденной достоверностью («очень сильным» аргументам) мы относим:

- ссылки на законы, уставы, руководящие документы, если они исполняются и соответствуют реальной жизни;

- результаты экспериментальных исследований, если указаны авторы, их статус, организация, год проведения исследования, место публикации результатов;
- статистическая информация, собранная и обработанная профессионалами-статистиками, если указаны методы сбора и анализа данных, авторы или организация, проводившая исследование, год проведения исследование, место публикации результатов, которое вызывает доверие.

Как показывает практика, коллективное обсуждение и оценка студентами каждой убеждающей речи по данным критериям является трудным заданием, поскольку некоторые критерии нечеткие, многие оценки решаются голосованием (понравилось – не понравилось, интересно – неинтересно). Однако оценка со стороны помогает понять, что необходимо учитывать интересы и знания аудитории. Анализируя чужие выступления, студенты понимают свои ошибки и стремятся их исправить до выступления.

Применение данных критериев анализа речи позволило выявить некоторые типичные ошибки, допускаемые студентами 1-го курса технических специальностей:

1) использование неподтвержденного утверждения в качестве исторического факта: *«В Древнем Египте были больницы, в которых болезни лечили музыкой»*, студент не смог привести доказательства существования этого явления;

2) ссылки на документы, которые не являются историческими: *«В древнем мире было рабство, так как об этом говорится в Библии»*. Библия вряд ли может рассматриваться как исторический документ;

3) использование указания на источник в форме *«Ученые установили, что», «Все известно, что», «Все мы знаем, что»*. Это прием манипулирования;

4) отсутствие учета знаний слушателей, когда выступающий рассказывает о своем хобби. Например, ссылка только по фамилии без указания статуса на мнение ученого-историка, уважаемого всеми реконструкторами рыцарских боев, но неизвестного широкой публике, в том числе и другим студентам учебной группы;

5) следование за стилем школьного учебника истории или других гуманитарных наук, в которых часто утверждения даются без доказательства, без ссылок на авторство, без ссылок на эксперименты и исследования конкретных ученых;

6) оценка группой личности выступающего или самого тезиса, а не аргументации, выставление высоких оценок, хотя в речи не было аргументов в принципе или использовались слабые аргументы (*«я согласен с тобой или ты мой друг, поэтому я поставлю тебе максимальные баллы за аргументацию»*). Чтобы предотвратить такую необъективность оценок, достаточно предупредить студентов в начале занятия о том, что преподаватель после занятия будет анализировать письменные тексты выступлений, оценивать силу аргументов и может снизить оценку.

По отзывам студентов, работа по оценке аргументов, по разделению аргументов на слабые, сильные и «очень сильные» является непривычной и часто сложной, но интересной. Студентам в подгруппе приходится думать, спорить, доказывать свою точку зрения, когда они оценивают выступление одного из них по предложенным критериям. Это сплачивает группу, учит общаться, корректно высказывать мнение, доказывать его. Но главным результатом такой работы является осознание студентами необходимости анализировать аргументацию любого политика, журналиста, блогера и любого собеседника, а также необходимости самим приводить сильные аргументы и знать, какими способами можно усилить свою аргументацию, чего следует избегать в выступлении и споре, как распознавать уловки и манипулирование.

### **Литература**

1. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: учебное пособие для университетов и вузов. М.: «Издательство ПРИОР», 1998. 224 с.
2. Риторика / автор-составитель И.Н. Кузнецов. 6-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. 560 с.
3. Методика преподавания риторики / под ред. Н.А. Ипполитовой. М.: Издательство «Экзамен», 2014. 335 с.
4. Речевое общение: искусство убеждать / Анисина Н.В., Гананольская Е.В., Степанова Л.В., Стычишина Л.П. СПб.: СПбГТУ, 1999. 128 с.
5. Русский язык и культура речи. Семнадцать практических занятий / под ред. Е.В. Гананольской, А.В. Хохлова / Е.В. Гананольская, Т.Ю. Волошинова, Н.В. Анисина, Ю. А. Ермолаева, Я.В. Лукина, Т.А. Потапенко, Л.В. Степанова. СПб.: Питер, 2012. 336 с.
6. Филиппова О.А. Обучение эмоциональному речевому воздействию : учебное пособие. М.: Флинта : Наука, 2012. 144 с.
7. Чичерина Н.В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 232 с.

*N. V. Anisina*

### **TEACHING THE ANALYSIS OF ARGUMENTS AS A PART OF MEDIA LITERACY FORMING IN UNIVERCITY EDUCATION**

*Annotation.* The article is devoted to the problem of teaching the analysis of the argumentation while teaching the rhetorics in the course “Russian language and the culture of speech”. The author suggests the criteria of evaluation of the persuade speech, including the evaluation of arguments. These criteria allow students to evaluate not only their own speech, but also the speeches of other orators. The results allow to form the skills of analysis the arguments as a part of media literacy.

*Keywords:* rhetorics, communication, argumentation, media literacy, Russian language and the culture of speech.

## **ВОЗМОЖНОСТИ МНЕМОТЕХНИКИ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО И ГРУППОВОГО ОБУЧЕНИЯ НА ТРЕНИНГАХ И КУРСАХ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются возможности использования мнемотехнических упражнений для обучения школьников и студентов индивидуально и в группе. В качестве опоры в упражнениях для запоминания текста и набора слов автор предлагает не только зрительное восприятие, но и другие каналы получения информации.

*Ключевые слова:* мнемотехнические упражнения, ассоциация, метод, особенности обучающихся, письменная и устная речь.

**М**немотехнические упражнения были известны уже в античности. Вспомним Мбогиню памяти Мнемозину из древнегреческой мифологии, с которой связано искусство запоминания информации. Известны работы по мнемотехнике, или мнемонике, как ее еще называют, со времен Цицерона и до наших дней. Существуют доступные всем тренинги, памятки, статьи о том, как можно использовать разные мнемотехники, как увеличить свой объем памяти и т. д.

Однако в современный век доступности любых материалов, правил, документов в сети интернет не все школьники и студенты умеют правильно получать, обрабатывать и, как следствие, запоминать информацию, что ведет к проблемам в их обучении. Очень часто в школах привыкают записывать все дословно, при этом не умеют не только сокращать слова, но и кодировать изложенное в доступную для восприятия и запоминания, удобную для каждого обучающегося форму.

Но прежде чем грамотно перейти к запоминанию письменного и устного текста, необходимо проверить, какой тип восприятия ближе конкретному ученику, особенно если уже был негативный результат запоминания большого объема текстов, списков слов, терминов и т.д. На курсы русского языка и мастерства публичного выступления, как показывает наша практика, часто приходят те, кто хочет изменить свою письменную и устную речь, однако простое проговаривание правил из учебников этому не способствует.

Преподавателю можно пересмотреть свой подход к объяснительному материалу, который обычно выглядит как текст для записи и заучивания, что подходит не всем типам обучающихся.

Рассмотрим некоторые особенности запоминания текстовой информации в практике преподавания русского языка, риторики и культуры речи разными учащимися и студентами в зависимости от типа восприятия.

На данный момент наиболее задействовано у обучающихся фрагментарное, клиповое мышление, когда учебный текст не представляется ими целиком, но быстро представить визуально они могут любой знакомый образ. Эту группу юношей и девушек можно обучать с использованием классического метода ассоциаций, при котором кодирование информации в зрительные образы проходит успешнее, если их представлять на экране компьютера в виде, например, презентации. При этом на начальном этапе некоторым требуется именно зрительная опора на эти образы, то есть преподавателю необходимо показать технику создания слайдов для такой презентации.

Существуют общие правила выбора зрительного образа для кодировки:

а) он не должен быть слишком простым и плоским (как *круг* или *запятая*), но лучше, чтобы этот образ был из непосредственного опыта, а не из сериала, фильма, ролика в социальных сетях, чтобы обучаемый его когда-то видел в действительности;

б) нельзя использовать готовый кадр с сюжетом и многими деталями, пусть лучше это будет знакомый простой предмет (*чашка*, *кекс* и т. д.), который ощущали бы разными органами чувств;

в) не надо использовать абстрактные понятия, например, *счастье*, *красота*, лучше представить известную красивую девушку или юношу;

г) предметы должны стать одинакового размера, то есть *чашка*, *самолет* и *кошка* должны выглядеть на слайде изначально как равные друг другу по величине;

д) этот предмет можно повертеть в воображении, пощупать, представить его трехмерным, рассмотреть все части, заставить действовать или выполнять заложенную функцию.

Так, например, рассмотрим, как можно запомнить параграф «Правописание Ъ» [2] при помощи мнемотехники «Матрешка». *Упражнение «Помолвка». Закройте глаза. Представьте подъезд, в котором вы живете, детально: вот ступенька, крыльцо в плитке, железная зеленая дверь, домофон, видекамера, доска объявлений справа от двери. Расскажите о вашем подъезде... Поместите этот образ на слайд. Вот дверь приоткрывается и на пороге замирает адъютант. Как выглядит ваш человек? ...Мой молодой человек выглядит так: в военной форме, 24 года, черноволос, подтянут, с улыбкой на лице. Он держит в руках трехъярусный торт. Вспомните ваши любимые вкусы, проговорите, из чего сделаны три яруса (они могут быть разными или одинаковыми по вкусу, но отличаться по форме, цвету). Представьте этот торт крупно, в деталях. В верхнем корже внутри лежит спрятанная за фигурками и цветочками коробочка, а в ней кольцо от Главювелирторга на помолвку, на*

288 | которую торопится наш адъютант. Какое оно? Приблизьте кольцо к себе и опишите камень, огранку, цвет металла и т.д. Давайте повторим нашу последовательность, представляя каждый образ после произнесения четко, ярко, на переднем плане: подъезд – адъютант – трехъярусный торт – кольцо от Главювелирторга. Создайте дома, пожалуйста, презентацию с вашими образами по этой орфограмме. Перескажите свою историю (или возьмите за основу эту), объясните, как соединились образы и как использовано это правило.

В этом упражнении каждую ассоциацию по пунктам правила связали с опорным образом, и обучаемый может, глядя на слайд (или восстанавливая в памяти сначала эту картинку), без дополнительных подсказок и вопросов припомнить заданное. Кроме правила, работать со зрительными образами при помощи методов «Чертоги разума» (или «Метод Цицерона»), «Матрешка» можно с любым эпидейктическим текстом, поделенным на структурные компоненты, и с целым параграфом или главой учебника, и с терминами, и со словарными словами.

Следующая группа мнемотехнических упражнений связана с аудиальным типом восприятия информации, при этом часто текст превращается в набор звуков. Это могут быть знакомые мелодии песен, а могут быть монотонные звуки колокола, дрели, кофемолки, перестук колес электрички, щелчок шариковой ручки и т.д. Эти звуки связываются между собой как с точки зрения мелодии, так и с точки зрения ассоциации в единое целое, что позволяет потом припоминать заданную учебную информацию. В упражнении «Мой сингл» сначала «озвучиваются» все части текста отдельно, эти ассоциации закрепляются в общем ряду при помощи истории. Затем пропеваается и простукивается вся партитура текста (она может быть со словами или без), а потом проговаривается устно как пересказ исходного текста.

Интересным был результат переработки информации на курсах с девятиклассниками, многие из которых через полтора-два месяца смогли переделать учебный материал сначала в историю на основе работы с опорными образами (в том числе и в звуковом «изображении»), а потом и в мелодию, похожую у кого-то на вокализ, а у кого-то на рэп с отстукиванием ритма. После этого пособие превратилось в «партитуру» для своих песен, и с учебным материалом стало интересно работать.

Непривычна для обучающихся мнемотехника, связанная с обонянием и ассоциациями по запаху. На первом этапе ознакомления с этой мнемотехникой может быть использована риторическая игра авторства Н.Г. Грудцовой «Вообрази и опиши» [1:10]. Эти упражнения помогают иногда уйти от стереотипа при восприятии текста, но в больших группах не дают высокой результативности. Однако при использовании индивидуально и в малых группах могут перевернуть первоначальное представление о предмете и объекте изучения, удивить и школьника, и студента, поэтому и запомниться. Так,



например, можно использовать практически на любом, особенно гуманитарном предмете, упражнение «Понюхай план текста». Прочитайте текст. Определите микротемы (их четыре). Возьмите шесть бумажных полосок с запахами духов и уберите лишние, которые не связаны с текстом (ваш выбор может быть не таким, как у других). Разложите их в правильной последовательности. Объясните, почему так, а не иначе. Запишите краткий пересказ текста, используя по очереди полоски с запахом при написании каждой микротемы.

Хочется отметить такие важные плюсы при использовании запахов для записи краткого пересказа, как уменьшение ошибок при перестановке и пропуске микротем исходного текста и более четкая, почти дословная формулировка, без фактологических ошибок. Студентам при этом нравятся задания «Понюхай план лекции» и «Понюхай сводный конспект по разделу», так как запахи они подбирают сами и при пересказе их называют, «описывают».

Итак, педагогу необходимо учитывать индивидуальные особенности воображения, мышления, памяти и типа восприятия для качественного запоминания информации обучающимися в группе или индивидуально, и затем в зависимости от этого использовать различные мнемotechnики, при этом суметь заинтересовать учеников в дальнейшем, в том числе самостоятельном совершенствовании этих действий, так как это работа, требующая концентрации сил и внимания.

### Литература

1. Грудцына Н.Г. Риторические игры на уроках риторики, русского языка, литературы, внеклассного чтения. – М.: Флинта: Наука, 1998. 72 с.
2. Розенталь Д.Э. Русский язык в упражнениях. Для школьников старших классов и поступающих в вузы. – М.: Изд-во АСТ: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2017. 656 с.

*E.B.Barannikova*

### THE POSSIBILITY OF USING MNEMONIC EXERCISES FOR INDIVIDUALLY AND IN A GROUP TEACHING AT TRAININGS AND COURSES

*Annotation.* The article considers the possibility of using mnemonic exercises for teaching pupils and students individually or in a group. As a support for memorizing a text or a set of words the author offers not only visual perception but also some exercises that involve other channels of receiving information.

*Keywords:* mnemonic exercises, an association, a method, specific features of students, oral and written speech.

## **МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ СПЕЦИАЛЬНОГО ТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ**

*Аннотация.* В статье рассмотрены особенности ошибок, вызванных интерференцией, в переводе специальных текстов с английского языка на русский студентами неязыкового вуза. Исследования основаны на экспериментальных данных. В эксперименте принимали участие около 60 обучающихся. Несмотря на то, что основная информация исходного материала не искажена, тексты переводов содержат ошибки, вызванные интерференцией: неправильный перевод пассивных конструкций, смешение стилей и т. д. Проведен анализ типичных ошибок. Подчеркивается необходимость внимательного отношения к редактированию переводов и сохранению чистоты и правильности русского языка.

*Ключевые слова:* межъязыковая интерференция, переводческая ошибка, редактирование перевода, эксперимент, экология языка.

Перевод представляет собой перекодирование иноязычного текста на родной язык. Большую роль в этом процессе играет уровень владения не только языком перевода, но и языком оригинала. В последнее время английский язык становится широко распространенным в социалекте современных студентов. Как представляется, его глобальный характер в значительной степени влияет и на владение родным русским языком, что особенно заметно в письменных переводах специальных текстов.

Одной из причин некорректной передачи текста при переводе на родной язык является межъязыковая интерференция. Под интерференцией понимается «взаимодействие языковых систем в условиях двуязычия, складывающегося либо при контактах языковых, либо при индивидуальном освоении неродного языка» [8: 197]. Такое взаимодействие выражается в отклонениях от нормы и системы родного языка под влиянием неродного. Эта особенность неоднократно описывалась в работах переводоведов, психологов, лингвистов [2–5, 7]. Вместе с тем влияние норм языка оригинала на язык перевода не столь тщательно изучено. В данной статье предпринята попытка рассмотреть

влияние на текст русский синтаксиса и стиля английского текста при его переводе и последующем редактировании обучающимися бакалаврами по направлениям подготовки «Издательское дело» и «Редактирование и журналистика».

Процесс глобализации и расширение сферы применения англоязычной литературы и речи в настоящее время приводит к изменениям в использовании молодыми людьми русского языка, являющегося родным. Иногда недостаточный уровень владения английским языком, незнание правил перевода конструкций, придаточных предложений, прямого порядка слов и т.п. приводит к ошибкам в передаче текста. В ряде случаев происходит обратное: грамматические особенности английского у интенсивно обучающихся начинают проникать в родной язык. Часто это проявляется в такой форме коммуникации, как письменный текст. Одновременно с этим проявляется незнание и нежелание редактировать свою речь как устную, так и письменную, что засоряет русский язык. Эта тенденция вызывает обеспокоенность.

На основании проведенного эксперимента по письменному переводу текста был выявлен целый ряд проблем. Речь идет о переводе специального текста с английского языка на русский студентами-нелингвистами. Следует отметить, что студенты второго курса Института издательского дела и журналистики выполняют переводы специализированных текстов не так часто. Вместе с тем одна из развиваемых в учебном курсе компетенций, «обладать способностью использовать современные языковые нормы и правила в практике редактирования (ОПК-3)» требует обучения не только переводу, но и последующему его редактированию. Именно поэтому студентам предложили сделать подстрочный перевод небольшой статьи по их направлению подготовки, а затем отредактировать его самостоятельно.

Прежде всего, следует отметить, что студенты – будущие издатели и журналисты – не обучаются правилам перевода в качестве отдельной дисциплины. Интересно пронаблюдать, как полученные ими навыки редактирования текста на родном языке применимы на практике. В эксперименте участвовали студенты второго курса института ИДИЖ Московского политехнического университета с разным уровнем владения как английским, так и русским языком. Общее количество участников – более 60. Изначально было дано задание: сделать перевод статьи «How a Book is Created» [9], а затем отредактировать его. Первая часть работы проходила на занятии, а вторая была задана на дом.

Проверка переводов показала большие различия в их качестве. Помимо разницы в уровне владения языком, выявляется недостаточное знание родного языка. Если разница в переводе отдельных слов у студентов с различным уровнем владения лексикой можно обнаружить в переводе первого же междометия *Well: Ну, Хорошо, Итак, что ж* или опущение этого слова, то во многих примерах находим ошибки, которые связаны с плохим владением

292 | русским языком. Выглядят странно такие варианты в уже отредактированном тексте : напр. *Иногда у нас есть проверка на этом этапе... это идет к принтеру.. это и есть та поразительная связь: путь книги от идеи до написания, от публикации до книжного магазина.* Иногда находят верный вариант, используя контекстный перевод: *The first thing- новый этап; Первое, что должно произойти.* Анализ показал, что в переводах встречаются следующие типичные ошибки: 1) неточное контекстное значение: *in the development of a book – в развитии книги, при разработке книги* ( В некоторых переводах пишут о создании или заказе книги, что точнее); *Печатное предприятие* вместо – *типография*; 2) засорение словами, которые не несут нагрузки: *Эти встречи являются совещаниями* вместо *эти совещания или эти встречи-совещания; так, что в основном это то...* 3) неверное сочетание слов: *Происходит встреча* вместо *проходит встреча, Касаемое* вместо *что касается*; 4) смешение стилей, штампы: *Книга введена в эксплуатацию* вместо *книга опубликована; правят то, что не влезает на страницы*; 5) дословный перевод пассивной конструкции – *They will decide on what typeface is used – он решает, они будут решать, ... произойдет знакомство между автором и редактором они осуществляют процесс, финальная проверка;* б) тавтологии, повторение: *так что в основном это то...*

Относительно видов интерференции следует подчеркнуть, что грамматическая интерференция возникает при переводе пассивных конструкций: *the book is probably taken away by the designer and – Хорошо может забираться можно забрать; Обычно забирается дизайнером* вместо *дизайнер обычно забирает; Машинопись обсуждена* вместо *рукопись обсудили; So the typescript is discussed with the author to see that he or she is happy with it and then it goes to the designer* *они обсуждают, какой шрифт использовать; они решают the author will also be correcting the proofs at the same time.*

В нарушение синтаксиса русского языка используется неправильный порядок слов: *Как редактор хочет видеть это в конце* вместо *окончательное представление редактора: for the designer to mark it up according to the style which has been established already and then it goes to a typesetter and the typesetter takes it and keyboards* и *автор будет исправлять стиль, который установили.* Семантическая интерференция заключена в неправильном подборе значения слов: *Детальное* редактирование вместо *тщательное* редактирование; В некоторых отредактированных переводах остаются полные кальки: *Иметь идею для книги* вместо *идея книги в том; книга будет взята* вместо *книгу возьмут.* Это тем более странно в нашем случае, поскольку предполагалось, что студенты уже обладают навыками редактирования, но интерференция в данном случае сильна и студенты не видят несовершенство своего варианта перевода.

Следует напомнить, что «работа над переводом любого текста, делового или научного, газетного или художественного, всегда остается творческим

процессом. Она требует от переводчика знания сопоставляемых языков и определенных умений и навыков, а также неперемного понимания того, что человеческий язык не только материальная форма мышления, не только средство общения, но и хранитель всего познанного человечеством за всю историю своего существования» [3: 116]. Анализ работ студентов не только показал разный уровень переводческих навыков и умений, но и выявил типичные неточности, характерные для носителей русского языка. Влияние другого языка неизбежно, поскольку интерференция – это «случаи отклонения от норм языка, появляющиеся в речи двуязычных носителей в результате знакомства с другими языками» [7: 62]. Вместе с тем редактирование текста является основой качественного перевода любого текста. Необходимо уделять внимание подбору точного эквивалента в русском языке, а главное – не нарушать правила грамматики русского языка [1: 44].

В процессе проведенного эксперимента было обнаружено, что ошибки и неточности в переводе были вызваны не только недостаточным уровнем владения правилами родного и иностранного языков, но в значительной степени межъязыковой интерференцией, экспансией английской грамматики на современных студентов, которые хорошо владеют английским языком. В процессе анализа переводов необходимо показывать, в чем состоит задача редактирования русского текста, указывать на типичные ошибки. Это послужит, прежде всего, улучшению использования родного языка, сохранению его чистоты.

### Литература

1. Акимова Э.Н. Лингвоэкологическая интерпретация активных процессов в современном русском языке // Вестник Марийского государственного университета. 2016. № 3 (23). С. 40–44.
2. Вайнрайх В. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования. Б. 2000.
3. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Изд-во Института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
4. Гильман Д.В., Дмитриева В.С. Проблема межъязыковой интерференции в преподавании иностранных языков в вузе // Код доступа: [https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2013/07/15/i-09\\_dmitrieva\\_gilman.pdf](https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2013/07/15/i-09_dmitrieva_gilman.pdf)
5. Русский язык конца XX столетия / Воронцова В.Л. и др. М.: Языки русской культуры, 2009. 478 с.
6. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Учеб. пособие. 5-е изд. СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. 416 с.
7. Хауген Э. Языковой контакт // Новое в лингвистике. Вып. 6. М., 1972. С. 61–80.
8. Ярцева В.Н. Языкознание. Большой энциклопедический словарь. М., 1998. 685 с.

*G.T. Bezkorovaynaya*

**CROSS LINGUAL INTERFERENCE IN TRANSLATION OF  
SPECIAL TEXTS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN**

*Annotation.* The article concerns the peculiarities of the mistakes caused with the cross language interference in translation of special texts of the technical higher establishment. The research is based on the experiment data. Number of participants in this experiment is around 60 students. In spite of the correct transforming the main ideas of the given text the translation texts in Russian contain lots of inaccuracies, stylistic and grammar mistakes due to, in particular, the English interference in to Russian translation. The typical mistakes are analyzed and the conclusion is made about the great necessity of editing and paying attention to the correctness and stylistics of the translation Russian texts.

*Keywords:* cross lingual interference, translation mistake, editing of the translation, ecology of a language.

## ФОРМИРОВАНИЕ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩЕГО БАКАЛАВРА НЕГУМАНИТАРНОГО ПРОФИЛЯ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ» И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

*Аннотация.* В статье рассмотрены надпрофессиональные компетенции, формируемые в процессе преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи»: коммуникативная, текстовая, лексическая и ортологическая. Описаны оптимальные педагогические условия, способствующие их эффективному развитию.

*Ключевые слова:* дисциплина «Русский язык и культура речи», надпрофессиональная компетенция, коммуникативная компетенция, текстовая компетенция, лексическая компетенция, ортологическая компетенция, педагогическое условие.

Дисциплина «Русский язык и культура речи» включена в учебные планы многих негуманитарных направлений подготовки и специальностей. Основная цель дисциплины – формирование навыков эффективной устной и письменной речи у будущего бакалавра, что требует владения рядом надпрофессиональных языковых компетенций. Представляется, что к ним следует отнести коммуникативную, текстовую, лексическую и ортологическую.

Коммуникативная компетенция может пониматься как в широком, так и в узком смысле. В широком смысле это родовая компетенция, включающая в себя совокупность всех субкомпетенций, владение которыми необходимо для успешной коммуникации. Таким образом ее понимают многие исследователи: Е.М. Бастрикова, М.Р. Львов, С. Савиньон и др. [1, 6]. В узком смысле трактовка данного понятия основана на учении о культуре речи и приравнивается к владению ее коммуникативным аспектом, т.е. владением навыками сознательного отбора языковых средств в процессе общения.

Текстовая компетенция обучающегося негуманитарного профиля в первую очередь подразумевает умение составлять так называемые тексты-образцы,

296 | под которыми С.М. Евграфова и Е.П. Буторина понимают «пример коммуникативного текста, уместного в определенных условиях общения» [7: 28]. Использование данного понятия актуально преимущественно по отношению к официально-деловому и научному стилю, в рамках которых форма выражения мысли является строгой. Владение навыками составления официально-деловых и научных текстов является обязательным для будущего бакалавра (специалиста), что актуализирует выделение данной компетенцией.

Лексическая компетенция так же, как и коммуникативная, может быть рассмотрена как в узком, так и в широком смысле. В узком понимании данный термин ограничивается владением лексическими нормами современного русского литературного языка и является частью ортологической компетенции. В широком также включает в себя: большой словарный запас и постоянное его пополнение в соответствии с профессиональными и интеллектуальными потребностями; «интуитивный» выбор лексики и фразеологии родного языка в соответствии с ситуацией общения; как творческое, так и осторожное отношение к слову.

Ортологическая компетенция является «сквозной» по отношению к рассмотренным выше, т.к. успешная реализация коммуникативной, текстовой и даже лексической компетенции невозможна без владения языковыми нормами. Основы данной компетенции закладываются в школе. Вузовская программа, как правило, предусматривает рассмотрение наиболее трудных случаев и дает представление о теории языковой нормы, закрепляет навыки использования словарей и справочно-информационных порталов.

Таким образом, представляется, что коммуникативная, текстовая, лексическая и ортологическая компетенции в совокупности составляют основу надпрофессиональной компетенции родного языка и представляют собой в некотором роде континуум, т.к. не имеют абсолютных границ и активно взаимодействуют между собой. Полноценное овладение ни одной из них невозможно без четкого представления о других. Данное обстоятельство ставит вопрос об общих педагогических условиях их успешного формирования.

К выделенным условиям, на наш взгляд, следует отнести: 1) диагностику уровня сформированности представленных компетенций в начале и по завершении курса; 2) выявление отношения студентов к дисциплине; 3) комплексное внедрение коммуникативного, текстоцентрического, лексического и ортологического подходов к преподаванию дисциплины; 4) активизацию самостоятельной работы обучающихся в контексте индивидуальной траектории саморазвития языковой личности; 5) отбор и структурирование содержания учебного материала в соответствии с направлением подготовки; 6) отбор и структурирование содержания учебного материала в соответствии с современной языковой ситуацией в России.

Остановимся на каждом условии более подробно. Диагностика уровня сформированности надпрофессиональных компетенций значима, во-первых,



как средство мотивации. Обучающиеся приходят в вуз с разным уровнем владения родным языком, существенно повысить который в рамках ограниченного количества аудиторных занятий (как правило, не более 18 практических) сложно. Однако выявление «слабых мест» поможет стимулировать студента не только к устранению «пробелов» школьной программы, но и к самостоятельному приобретению нужных знаний, умений и навыков в области общения, составления текстов, расширения словарного запаса и т.д. Во-вторых, диагностика позволяет выявить общий уровень подготовки конкретной группы и сконцентрировать внимание на распространенных ошибках.

При этом важным является вопрос о выборе оптимальных диагностик. Диагностика коммуникативной компетентности в первую очередь находится в поле зрения психолого-педагогических исследований. Комплексную диагностику коммуникативной компетентности (в ее широком понимании) в рамках изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» предлагает С.Н. Бирюкова [3]. Подходящие для рассматриваемой дисциплины тестовые материалы, на наш взгляд, представлены в диссертации Е.Н. Галкиной [4]. Вопрос о диагностике текстовой компетентности остается открытым. Уровень владения лексической компетенцией, по нашему мнению, может быть выявлен комплексно – с помощью методики Г. Головина [5], а также тестов, определяющих уровень владения лексическими нормами. Диагностика ортологической компетенции может осуществляться поэтапно – в процессе изучения отдельных типов норм современного русского литературного языка.

Второе условие – выявление отношения студентов к дисциплине – оптимально выявлять с помощью анкетирования. Учет мнений, оценок, пожеланий как в начале, так и по окончании курса является важным способом совершенствования структуры и содержания дисциплины. Так, анкетирование «Русский язык и культура речи глазами студента» проводилось среди студентов ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ» в 2017 году, в ходе которого выяснилось, что обучающиеся критично оценивают собственную речевую культуру, недостаточно умеют выражать мысли, работе с текстом предпочитают задания на активную речевую деятельность, хотели бы расширить словарный запас и заинтересованы в получении творческих заданий [2].

Комплексное внедрение коммуникативного, текстоцентрического, лексического и ортологического подходов к преподаванию дисциплины предполагает их реализацию на каждом занятии. От раздела и темы будет зависеть только степень реализации того или иного подхода. Например, изучение раздела «Основы публичного выступления» основано на коммуникативном подходе, однако предполагает как знакомство с ораторскими текстами, так и их написание. Лексический и ортологический подходы реализуются в процессе изучения риторической терминологии и оценке такого критерия выступления, как «правильность речи».

Четвертое условие – активизация самостоятельной работы обучающихся в контексте индивидуальной траектории саморазвития языковой личности – основано на принципе личностно-ориентированного обучения и предполагает включение в самостоятельную работу студентов борьбу с собственными речевыми недостатками, определение оптимальных путей совершенствования устной и письменной речи. Данные задания могут быть включены в качестве обязательных для повышения результативности реализации рассмотренного условия.

Отбор и структурирование содержания учебного материала в соответствии с направлением подготовки является очевидным условием повышения эффективности преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи» и может быть реализовано в первую очередь при формировании текстовой компетенции. Подбор текстов в соответствии с направлением подготовки обучающихся особенно подчеркивает актуальность преподаваемой дисциплины для студентов негуманитарного профиля. Однако при формировании коммуникативной компетенции данное условие также может учитываться, например, при формировании списка примерных тем для публичных выступлений, при подборе деловых ситуаций общения и т. д. Повышение уровня лексической и ортологической компетенции возможно при изучении терминологии, соответствующей направлению подготовки.

И, наконец, реализация последнего условия – отбора и структурирования содержания учебного материала в соответствии с современной языковой ситуацией в России – предполагает в первую очередь знакомство обучающихся с основами грамотной электронной коммуникации. Коммуникативная и текстовая компетенция могут успешно формироваться при изучении основ электронной переписки, составления презентации, новых типов нарушения речевого этикета (флейм, троллинг, флуд) и т. д. Рассмотрение вопросов нормирования и включения в литературный язык иноязычных неологизмов способствует формированию ортологической и лексической компетенций.

Таким образом, формируемые в процессе преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи» надпрофессиональные компетенции – коммуникативная, текстовая, лексическая и ортологическая – являются взаимосвязанными и взаимообусловленными, что требует выбора единых оптимальных условий для их развития. Данными условиями могут быть: диагностика уровня сформированности представленных компетенций в начале и по завершении курса; выявление отношения студентов к дисциплине; комплексное внедрение коммуникативного, текстоцентрического, лексического и ортологического подходов к преподаванию дисциплины; активизация самостоятельной работы обучающихся в контексте индивидуальной траектории саморазвития языковой личности; отбор и структурирование содержания учебного материала в соответствии с направлением подготовки;

отбор и структурирование содержания учебного материала в соответствии с современной языковой ситуацией в России. Реализация каждого условия предполагает выбор эффективных способов подачи и закрепления материала.

### Литература

1. Бастрикова Е.М. Коммуникативная компетенция как лингводидактический феномен // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2004. С. 43–48.
2. Белых И.Н. Результаты входного анкетирования обучающихся ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ» по дисциплине «Русский язык и культура речи» [Электронный ресурс] // Проблемы современной аграрной науки: материалы международной заочной научной конференции (15 октября 2017 г.). Красноярск, 2017. URL: <http://www.kgau.ru/new/all/konferenc/konferenc/2017/g8.pdf>
3. Бирюкова С.Н. Формирование коммуникативной культуры студентов технического вуза : на основе изучения курса «Русский язык и культура речи»: Дисс. ... канд.пед.наук. Воронеж, 2004.
4. Галкина Е.Н. Формирование коммуникативной компетентности специалиста индустрии питания среднего звена: дисс. ... канд.пед.наук: 13.00.08. Калининград, 2014.
5. Головин Г. Сколько слов Вы знаете? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.myvocab.info>
6. Львов М.Р. Словарь-справочник по методике преподавания русского языка: пособие для студентов педагогических вузов и колледжей. М.: Академия; Высш. шк., 1999.
7. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / Е.П. Буторина, С.М. Еврафова; Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ). М.: Форум, 2009.

*I.N. Belykh*

### **FORMATION OF THE OVER-PROFESSIONAL COMPETENCES OF THE FUTURE BACHELOR OF NON-HUMANITARIAN PROFILE IN THE PROCESS OF TEACHING THE DISCIPLINE «RUSSIAN LANGUAGE AND CULTURE OF SPEECH» AND PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR ITS REALIZATION**

*Annotation.* The article discusses the over-professional competencies that are formed in the process of teaching the discipline «Russian language and culture of speech»: communicative, textual, lexical and orthological. Optimal pedagogical conditions that contribute to their effective development are described.

*Keywords:* discipline «Russian language and culture of speech», over-professional competence, communicative competence, textual competence, lexical competence, orthological competence, pedagogical condition.

## О РИТОРИКЕ, КУЛЬТУРЕ РЕЧИ И ЕГЭ

*Аннотация.* В статье анализируются изменения в версии ЕГЭ по русскому языку 2019 года применительно к задаче обучить школьников искусству владения словом.

*Ключевые слова:* риторика, культура речи, ЕГЭ, обыденное метаязыковое сознание, школьное образование.

Возникнув еще до нашей эры, риторика как отдельная дисциплина остается актуальной и по сей день, поскольку люди постоянно испытывают необходимость убеждения собеседника и большой аудитории в определенных истинах. Искусно построенная, продуманная или спонтанная, адекватная с точки зрения стилистических и жанровых требований, соответствующая ситуации общения и коммуникативной задаче, учитывающая особенности восприятия адресата, правильно произнесенная – только такая речь способна воздействовать на слушателя в полной мере. И неправильно думать, что красноречие относится к числу умений, необходимых прежде всего политикам, преподавателям, людям медийных специальностей... Любой человек хочет, чтобы его слушали и услышали, чтобы разделили его точку зрения, чтобы задача что-то не просто сказать, но и написать (письмо, резюме или жалобу, например) была подвластна его умениям и навыкам, а составленный письменный текст возымел адекватное действие. Именно поэтому рынок услуг предлагает в том числе и тренинговые программы по «искусству убеждать словом» (мудреное слово «риторика» заменяется на более понятное выражение), и они оказываются востребованными, несмотря на платную основу и ощущение, что говорить и писать на родном языке мы все как-то умеем. Ключевым в последней фразе является наречие «как-то»: человек может осознать ограниченность своих возможностей и захотеть исправить ситуацию. Если набрать соответствующий запрос в Яндексе, то выдача на «Тренинг по риторике и ораторскому искусству» окажется на удивление красноречивой – 100 миллионов результатов!

Искусству владения словом следует обучать в школе, и современные линии учебно-методических комплексов (УМК), рекомендованные Федеральным перечнем учебников на 2018–2019 учебный год, ставят перед собой соответствующие методические задачи: речевая направленность, коммуникативные компетенции, навыки работы с разными формами представления информа-

ции – указанные термины обязательно упоминаются в сопроводительных документах и аннотациях к каждой из линий учебников. Указанная работа со школьниками безусловно ведется, а полученные в течение школьных лет навыки проверяются в ходе итоговой аттестации – на Едином государственном экзамене (ЕГЭ) по русскому языку.

Как известно, материалы ЕГЭ для всех выпускников однотипны и не зависят от того, по какому именно УМК шло обучение начиная с пятого класса. Набор заданий ЕГЭ по предмету – чрезвычайно важный фактор, в конечном итоге определяющий некоторую универсальность представлений учащихся о родном языке и их умений-компетенций. Обязательность ЕГЭ по русскому языку, зависимость рейтинга школы от успешности сдачи учащимися упомянутого экзамена заставляют учителя при работе со старшими школьниками концентрироваться прежде всего на тех упражнениях, которые нужны для ЕГЭ, остальная работа по предмету может вестись в обзорно-факультативном ключе. Все промежуточные диагностические работы от СтатГрада, по сути, поддерживают подобную направленность методической работы учителя, поскольку присылаемые в школу контрольные полностью соответствуют характеру заданий итогового ЕГЭ от ФИПИ. Если корректируется структура ЕГЭ (с момента его введения в нашей стране изменения время от времени проводятся), автоматически под новый образец подстраиваются и ученики, и учителя. Значит, перечень знаний, навыков и умений у выпускников разных лет меняется, и зависит накопленный багаж не только от упражнений УМК, а во многом от вида итогового ЕГЭ, к которому с особой интенсивностью и ответственностью готовятся последние два года в школе. Поскольку речь идет о почти уже взрослых носителях языка, поскольку их интеллектуальные усилия оказываются осознанными и мотивированными, то можно утверждать, что усвоенные истины войдут в обыденное метаязыковое сознание нации [2], [3], [5: 371]. Иными словами, формат ЕГЭ на десятилетия вперед определяет объем лингвистических знаний о родном языке, которыми оперирует любой человек, и умений, которыми он располагает в среднестатистическом случае, т.е. без оглядки на безусловные способности или профессиональную филологическую подготовку.

Рассмотрим, какие умения проверяет ЕГЭ и насколько они соответствуют задаче научить владеть словом так, чтобы самостоятельно составленные и озвученные человеком тексты могли претендовать на оценку «красиво». Симптоматично, что оценка в данном случае ведется не по баллам, а по эстетическим критериям и сводится к идее «красиво / некрасиво». Неслучайно М.В. Ломоносов обращался именно к этому слову при описании предпочтительного речевого поведения, правда рассуждения его касались лишь одной стороны высказывания – орфоэпически правильного произношения: «Московское наречие не токмо для важности столичного города, но и для своей отменной красоты прочим справедливо предпочитается...» [8: 52].

302 | В 2018 году формат заданий ЕГЭ по русскому языку был в очередной раз скорректирован, и теперешние выпускники готовятся к предстоящим испытаниям по новым заданиям, которые мы и проанализируем по «Типовым экзаменационным вариантам 2019» [6]. Работа, на которую отводится 3,5 часа, предполагает в том числе и написание эссе – об этом задании расскажем чуть дальше, сейчас же остановимся на анализе заданий из первой части. Все они носят явно тестовый характер и сводятся к выбору одного или нескольких ответов из пяти, творческих усилий не предполагают и на продуцирование самостоятельно составленного суждения не нацелены в принципе. Далекие от риторических высот, некоторые из заданий, тем не менее, имеют отношение к обучению речи, которая удовлетворяет эстетическим вкусам. Культура речи неотделима от требований по ее орфоэпической, лексической и грамматической правильности, и ряд упражнений нацелены на проверку указанных компетенций:

№ 4 – оценка вариантов с правильным и неправильным ударением в ряду «осведомИшься, жалюзИИ, накренИтся, новостЕй, нОгтя»,

№ 5 – исправление лексической ошибки с подбором паронима (в данном случае «ЛЕСНАЯ») к выделенному слову во фразе «Поднявшись на небольшой холмик, откуда начиналась едва заметная ЛЕСИСТАЯ тропинка, он оглянулся» (остальные четыре правильные фразы перечня усложняют поиск),

№ 6 – замена неверно употребленного слова в предложении «Компании, причастные к инциденту с разливом нефти в Мексиканском заливе, сделали ряд решений по предотвращению подобных случаев в дальнейшем»,

№ 7 – поиск и исправление ошибки типа «задача более ЛЕГЧЕ» (помимо указанного, перечисляются еще четыре безошибочных словосочетания) [6: 13].

Отметим, правда, что процитированное выше задание № 6 предполагает ответ «приняли» [6: 344] («приняли ряд решений»), хотя искаженный оборот можно исправить, заменив не только глагол, но и существительное: «сделали ряд шагов». Подобные огрехи, разумеется, досадны, но сути работы не меняют.

№ 8 – это задание стоит в ряду перечисленных, т.к. ориентировано на исправление грамматических ошибок. Однако практическая задача усложнена формуировками, в которых используются лингвистические термины: неправильное построение предложения с причастным / деепричастным оборотом, нарушение видо-временной соотнесенности глагольных форм, нарушение в построении предложения с несогласованным приложением и т. д. На самом деле упражнение, несмотря на внешнюю академичность, никаких особых научных знаний, необходимых для его выполнения, не предполагает. В процессе подготовки к экзамену ученик очень быстро научится обнаруживать соответствие между формуировкой и видом ошибки и будет находить верный ответ, так и не выяснив для себя, что такое «приложение» и чем «деепричастие» отличается от «причастия». То же самое соображение

касается и «мудреного» слова «пароним» в задании № 5: незнание, какая именно сущность скрывается за термином, не мешает понять условия задания и найти верный ответ. В более ранних вариантах ЕГЭ, до 2015 года, была обязательна теоретическая подготовка по русскому языку, чтобы определять виды сказуемого, типы придаточных, виды связи в словосочетании, частеречную характеристику слов и т.д. Упразднение всякой научной базы при подготовке к ЕГЭ – тревожный симптом, ведущий к обеднению русского обыденного метаязыкового сознания [1] и к упрочению расхожей мысли, что русский язык как предмет изучения связан только с освоением правил орфографии и пунктуации [4]. Однако к риторике эта особенность сегодняшней подготовки школьников отношения не имеет, поэтому в данной статье рассматриваться не будет.

Что касается задачи оценить владение словом с точки зрения способности обнаружить стилистически неприемлемый вариант фразы, то задание № 8 вполне вписывается в указанный алгоритм проверки. При этом нельзя не заметить, что некоторые из примеров на отрицательный грамматический материал кажутся вымученно-искусственными. Вряд ли человек способен в естественной речи продуцировать такую фразу с ошибкой на неправильное построение предложения с причастным оборотом: «Улица замковых мастеров ведет к уютной, мощеной площади серыми плитами» [6: 14]. Легко предположить, что любой носитель языка, даже самый косноязычный, без особых усилий квалифицирует эту фразу как ошибочную, поэтому методическая ценность упражнения сомнительна. Правда таких неудачных примеров в задании № 8 встречается немного, в основной своей массе грамматические ошибки выглядят вполне естественными с точки зрения узуса и умение их обнаруживать безусловно ценно: «Подъезжая к дому, нам послышался чей-то крик» [6: 32].

Помимо поиска примеров, ошибочных с точки зрения орфоэпической, лексической и грамматической нормы, к упражнениям, имеющим прямое или косвенное отношение к культуре речи и к оценке искусства владения словом, относятся задания № 23–26. Они нацелены на анализ фрагментов текста в плане таких использованных автором средств, как:

№ 23 – тип речи (повествования, описания, рассуждения) и причинно-следственные отношения между предложениями или их частями),

№ 24 – синонимы / антонимы / фразеологизмы или слова редкие, понимание которых может вызывать затруднения,

№ 25 – способ связи между соседними предложениями,

№ 26 – различные средства выразительности лексического, синтаксического и текстового уровней. Фактически это задание сводится к идентификации четырех из девяти перечисленных в столбик явлений в указанных контекстах. Казалось бы имеющее прямое отношение к риторическим задачам,



304 | данное задание тем не менее остается достаточно формальным. Данные на выбор термины заставляют учащихся заниматься не системным анализом выразительных средств с их распределением по уровням, а решать, где среди понятных для наивного лингвистического сознания вещей (ирония, вопросительное предложение, риторическое обращение, ряды однородных членов, сравнительный оборот, диалог, разговорные и просторечные слова...) затаились средства, идентификация которых требует минимального знакомства с терминами (парцелляция, анафора, эпифора, метонимия, гипербола, эпитет, литота, метафора...).

Остальные тестовые задания не имеют отношения к искусству говорить и писать красиво. Или имеют на самом деле, но предельно незамысловатое: орфографически и пунктуационно неграмотный текст одобрения не вызывает, каким бы витиеватым и продуманным он ни был. Тринадцать заданий (№ 9–21) связаны с задачей вставить буквы и запятые. Особых затруднений эти упражнения не вызовут, т.к. связаны с отдельными словами и с отмеченными цифрами местами во фразе, поэтому положительный исход испытания во многом предопределен заранее его тестовым характером, возможностью угадать правильный вариант и отсутствием необходимости объяснять, какому именно правилу соответствует орфограмма / пунктограмма. Несколько заданий, а именно № 1 – 3 и № 22, нацелены на оценку адекватности понимания информации при чтении текстов разного объема и на проверку понимания отдельных слов из этих текстов – для носителя языка задача более чем посильная и не имеющая отношения к искусству владения словом, т. е. к проблематике данной статьи.

Итак, из 26 тестов в ЕГЭ по русскому языку 9 заданий так или иначе связаны с представлениями об эстетически привлекательной речи, что, безусловно, отрадно. Однако связь эта представляется весьма отдаленной и формальной, поскольку тестовые задания не нацелены на продуцирование своих текстов, а опираются лишь на анализ чужих. Иными словами, работа со словом сводится к редактированию – это в лучшем случае. В худшем же случае, а именно такая ситуация наиболее частотна, ученик попросту отгадывает правильный вариант ответа – и все. Недаром в фильме «Училка» (2015 г., режиссер А. Петрухин) героиня И. Купченко, адресуя возмущенную реплику ученику «Как ты собираешься сдавать ЕГЭ?!», получает от парнишки ответ: «Так я умный. Из трех вариантов угадаю, ну там как в „Угадай мелодию“!». Весьма показательная, однако, параллель... Справедливости ради отметим, что в фильме речь шла об истории, а не о русском языке, но сути проблемы это уточнение не меняет: тестовые задания воспринимаются как игра. Кроме того, тестовые задания поддерживают феномен так называемого клипового мышления [<https://cyberleninka.ru/article/v/problema-metodologicheskogo-obosnovaniya-kontsepta-klipovoe-myshlenie>], которое из-за неминуемо возни-



кающих трудностей с формулировками, языкового минимализма и отсутствия сосредоточенности несовместимо с идеей красноречия.

Заданием, которое действительно нацелено на совершенствование навыков выражения мысли и напрямую соотносится с идеей красноречия, оказывается эссе, написание которого составляет вторую часть ЕГЭ.

Написанное учеником в ходе экзамена сочинение должно быть посвящено проблеме, заданной исходным текстом из первой части. Традиционно собственные рассуждения требовалось подтверждать аргументами из отечественной или зарубежной литературы, однако с этого года данное требование упразднено. Отказ от литературных параллелей-ассоциаций представляется весьма позитивным нововведением, существенно меняющим методику работы над собственным текстом.

Во-первых, поиск литературных примеров хоть и требовал определенной эрудиции, но к предмету «Русский язык» эти знания и умения отношения на самом деле не имели, а чтение художественного произведения, к сожалению, легко подменялось беглым просмотром его пересказа на сайте <https://briefly.ru/>.

Во-вторых, часто красноречие в итоговых сочинениях оказывалось плагиатным. В Интернете за годы существования ЕГЭ сложился банк примеров – так называемая «Энциклопедия аргументов». Кочуя из сайта в сайт, одни и те же рассуждения, касающиеся, например, темы любви в «Евгении Онегине» или спора поколений в «Горе от ума», становились «находкой» любого нерадивого и не читающего книг ученика и попросту перекочевывали в итоговые сочинения. И вовсе не важно, заучивались ли эти куски, или переписывались со шпаргалок (которые, кстати, бойко продавались в любом книжном магазине в виде малюсеньких книжечек, изданных полиграфическим способом), или пересказывались, – существенно лишь одно: они воспроизводились, а не сочинялись с нуля.

В-третьих, заранее подготовленный материал для аргументов заметно сокращал объем того текста, который сочинялся непосредственно на экзамене. Чем более далек ученик от искусства владения словом, тем сложнее ему сформулировать мысль, подобрать синоним, связать предложения: вспомним, например, пресловутое «Также» с заглавной буквы в начале каждого абзаца и сплошные «это», наводняющие текст. Чувствуя свою беспомощность, ученик, вместо того чтобы искать наиболее удачный и красивый способ словесного воплощения мысли, переключается на воспроизведение сочиненных кем-то другим минитекстов, посвященных базовым произведениям, и некоторые куски сочинения преобразуются в изложение.

В-четвертых, новый формат эссе предполагает постоянный поиск синонимов и альтернативных формулировок для написания каждого следующего абзаца – работа над собственным стилем явно усложняется. Хотя официальных регламентаций по структуре экзаменационного эссе не существует, но

306 общими усилиями шаблон текста давно выработан и воспринимается как жесткая догма. Всеобщее стремление к унификации объясняется просто: без спасительного алгоритма многие ученики не смогут даже приступить к работе, поскольку доступность готовых сочинений и рефератов в Интернете давно свела для многих работу над «собственным» текстом к комбинации клавиш CtrlV и CtrlC. Шаблон в таком случае упрощает задачу, т.к. содержит массу готовых оборотов, заранее сочиненных переходов от одной мысли к другой и подсказок, касающихся композиции – при неумелом владении словом шанс справиться с заданием увеличивается. Кроме того, формат шаблона подсказан особенностями проверки: первые четыре критерия (К1–К4) фактически предсказывают порядок следования мыслей в работе, а следовательно, и очередность абзацев.

Ознакомившись с новыми критериями [6: 379], можно легко предсказать структуру будущих, пока еще не написанных работ. Сначала будет идти формулировка проблемы, потом – ее комментарий, который предполагает теперь пять необходимых составляющих успеха, а именно два примера из исходного текста с собственным пояснением к каждому и с итоговым замечанием о смысловой связи между использованными иллюстрациями. Далее следует остановиться на отражении позиции автора, потом – на описании собственной точки зрения с ее обязательным обоснованием, а поскольку оборвать работу на полуслове невозможно, то нужно составить заключительный абзац, подытоживающий сказанное.

Мы не будем пытаться осмыслить вопрос, как строгая композиционная регламентация в принципе соотносится с красноречием, отметим только, что эссе в описанном выше варианте выигрывает на фоне предшествующих версий. С одной стороны, теперь будет проблематично заранее запастись готовыми текстовыми блоками, чтобы подменять свой текст чужим. С другой стороны, увеличение комментирующей части (К2) до пяти пунктов и требование при описании собственной точки зрения (К4) не только сформулировать ее, но и обосновать расширяет общее количество обязательных пунктов в работе до десяти: К1 – 1, К2 – 5, К3 – 1, К4 – 2, Заключение – 1. Достаточно только представить себе задачу 10 раз подряд разными словами сформулировать мысль о красоте русской природы, например, чтобы оценить методический потенциал подобного упражнения в красноречии.

### Литература

1. Большчева Е.М. Изменение русского обыденного метаязыкового сознания в эпоху ЕГЭ // III Международный научный симпозиум «Славянские языки и культуры в современном мире» (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 23–26 мая 2016 г.): Труды и материалы – М.: МАКС ПРЕСС, 2016 – С. 548–550.

2. Бolyчева Е.М. Интуитивное фонетическое знание и лингвистические теории: противоречия и соответствия // Фонетика и грамматика: настоящее, прошедшее, будущее – Вопросы русского языкознания. Выпуск XIII – М., 2010. С. 120–131.

3. Бolyчева Е.М. О презумпции буквы в наивных представлениях о языке и некоторых актуальных проблемах фонетики // Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка. Москва, МГУ, 20–23 марта 2007 г. Труды и материалы. Москва, 2007. С. 340–341.

4. Голев Н.Д. Обыденное метаязыковое сознание носителей русского языка и содержание школьного курса // <http://lingvo.asu.ru/golev/articles/z51.html>

5. Голев Н.Д. Русское обыденное метаязыковое сознание и языковое строительство // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. Часть 1. Коллективная монография – Кемерово–Барнаул, изд-во Алтайского государственного университета, 2009. С.371–386.

6. ЕГЭ-2019. Русский язык: Типовые экзаменационные варианты: 36 вариантов // Под редакцией Цыбулько И.П.– Москва, Национальное образование, 2019.– (ЕГЭ-2019. ФИПИ-школе)

7. Ломоносов М.В. Российская грамматика Михаила Ломоносова – печатана в Санкт-Петербурге при Императорской академии наук 1755 года.

8. Орлова Н.В. Русский язык и его изучение в школе (картина языкового мира школьника) // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. Часть 1. Коллективная монография – Кемерово–Барнаул, изд-во Алтайского государственного университета, 2009. С. 387–399.

*E. M. Bolycheva*

## **ON RHETORIC, CULTURE OF SPEECH AND STATE EXAMINATION IN THE RUSSIAN LANGUAGE**

*Annotation.* The article offers an analysis of the changes in the 2019 version of the State Examination in the Russian language, aimed at teaching the pupils the art of rhetoric.

*Keywords:* rhetoric, culture of speech, State Examination, common metalinguistic conscience, school education.

## **О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО РИТОРИКЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ- ГУМАНИТАРИЕВ ДАГЕСТАНСКОЙ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ АУДИТОРИИ**

*Аннотация.* В настоящей статье представлены различные вопросы о фонде оценочных средств по риторике для студентов дагестанской поликультурной аудитории, отражено авторское мнение о заданиях для контроля за знаниями учащихся, отмечены собственные предварительные мысли. При разработке упражнений следует учитывать специфические особенности преподавания риторики бакалаврам и магистрантам в полилингвальных условиях. Указан примерный перечень видов фонда оценочных средств, которые используются в учебном процессе.

*Ключевые слова:* фонд, оценочные средства, риторика, дагестанская поликультурная аудитория, студенты.

**Р**азработка материалов для фонда оценочных средств (сокращенно ФОС) с целью определения объема и качества приобретенных учащимися знаний, умений и навыков – это еще одно, относительно новое обязательное требование к преподавателю, который в основном должен работать в современном образовательном учреждении Министерства науки и высшего образования РФ согласно договору.

ФОС фактически выступает в роли приложения к рабочей программе по дисциплине. Сознательно склоняя или не склоняя данное слово по падежам в устной речи, которое, разумеется, является новой аббревиатурой в русском языке, мы подчеркиваем, что вопрос об актуальности применения этого понятия в гуманитарной сфере высшего образования остается открытым. Это и вызывает огромное количество вопросов, возникающих в связи с определением места, значения, целей и задач ФОС в учебном процессе. Ведь контроль (текущий, предварительный, итоговый) за успеваемостью студентов мы осуществляем регулярно как в аудитории, так и дистанционно.

Действительно, о фондах оценочных средств образовательных программ высшего образования в последнее время говорят и пишут часто именно в вузовских кругах. Большое количество позитивных и негативных материалов по ФОС представлено в Интернете. Насколько все это полезно для бакалавриата,

специалитета или магистратуры, мы пока не беремся угадывать, т.к., на наш взгляд, перед нами в основном дублирование того, что дано в учебных программах и учебниках, а также в учебных и учебно-методических пособиях. При этом подготовка ФОС (или ФОСа) по одному предмету отнимает много времени, чем разработка рабочей программы дисциплины, ибо в ФОС дается максимум рекомендаций и инструкций, многие из которых, возможно, не имеют ничего общего с учебным процессом и современными реалиями в социуме. И поэтому нам думается, что сегодня обсуждение вопроса о содержании и полезности ФОС является востребованным, своевременным в высшем, динамично развивающемся образовании в РФ.

Мы в своей статье рассматриваем, что включаем в ФОС по риторике для студентов-гуманитариев (бакалавров и магистрантов) дагестанской поликультурной аудитории.

ФОС по риторике, как и по всем другим учебным предметам в вузе, необходимо разрабатывать на основании ряда нормативных документов, к которым относят:

– Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [4];

– Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» [5];

– Письмо Минобрнауки России от 15.02.2018 № 05-436 «О методических рекомендациях по организации и проведению в образовательных организациях высшего образования внутренней независимой оценки качества образования по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» [6];

– Письмо Минобрнауки России от 16.05.2002 № 14-55-353ин/15 «О методике создания оценочных средств для итоговой государственной аттестации выпускников вузов» [7] и др.

Мы, естественно, предлагаем включить в ФОС по риторике следующие виды:

- билеты на экзамен (или вопросы к зачету);
- вопросы для коллоквиума по конкретной теме;
- риторические игры-тренинги;
- тесты (в том числе и для сетевого тестирования) и кейс-задания;
- контрольные работы;
- дискуссионные темы для круглого стола;
- тематика рефератов, докладов, научных сообщений;
- тематика творческих работ и эссе;

- тематика тренировочных лекций и мини-сообщений студентов;
- студенческое портфолио и пр.

С нашей точки зрения, почти все эти традиционные и инновационные виды заданий отражены в базовом для гуманитарных направлений учебном пособии, которое нами подготовлено и издано [3] специально для дагестанской вузовской аудитории. В нем дан тот материал, который апробирован и который способствует выработке у бакалавров знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности в условиях дагестанского многоязычия. К примеру, в заданиях представлены разнообразный местный материал, тематика рефератов к конкретному занятию, тесты, кейс-задания, различные риторические игры-тренинги и пр.

В ряде публикаций нами описаны теоретические и практические материалы, приемы, способы, методы выполнения тех или иных заданий, которые должны быть отражены в ФОС по указанному выше предмету, и разработаны различные упражнения с целью выработки знаний, умений и навыков у бакалавров и магистрантов в полилингвальной среде. Таким образовательным пространством является любой вузовский коллектив в Республике Дагестан. Учитывая специфику поликультурной аудитории, мы объясняем применение того или иного вида учебной работы. При этом изданные нами статьи посвящены отдельным вопросам тематики ФОС. К примеру, «О перечне творческих работ для разработки технологий обучения дагестанских студентов риторике», «Риторические эссе для дагестанских бакалавров», «О риторических тренингах для дагестанских бакалавров», «О риторическом портфолио дагестанского студента» и другие представляют собой как отдельные части ФОС. При этом о фонде оценочных средств в данных материалах нами ничего не написано. В литературе к настоящей статье даем названия ряда публикаций, в которых отражены и подробно описаны виды работ, включенных нами в перечень фонда оценочных средств, необходимых в дагестанской вузовской поликультурной аудитории [2].

Данный выше перечень оценочных средств можно продолжить, учитывая то, что в учебный процесс включаем и ряд заданий по дистанционному обучению. Мотивируем это тем, что опрос студентов в Moodle и изучение ими материалов в образовательном блоге для выполнения учебных заданий в настоящее время считают важными и приветствуют, поскольку акцентируют внимание на самостоятельной работе обучающихся. Видимо, такая работа эффективна и результативна в силу того, что современные электронные средства и инновационные технологии способствуют быстрому усвоению учебных материалов и оперативной проверке приобретенных знаний, умений и навыков. При этом, очевидно, налицо максимально объективный контроль за успеваемостью.

В списке видов ФОС, указанных нами, можно было дать тематику курсовых и выпускных (квалификационных) работ для бакалавров и названия

магистерских диссертаций, но эти виды нами не представлены в силу того, что кафедра, за которой должна быть закреплена дисциплина «Риторика», не является выпускающей. Поэтому у педагогического коллектива нет законных прав для руководства научной деятельностью студентов по указанной дисциплине.

В ФОС следует рекомендовать включить местные и классические риторические тексты для подробного анализа, а также образцовые медиаресурсы по декламации, которым следует подражать. Если над риторическим анализом текстов мы со студентами успешно работаем, то медиаресурсы применяем редко – надеемся на то, что в перспективе наверстаем упущенное.

Все виды ФОС должны носить, на наш взгляд, адаптивный характер и быть нацелены на патриотическое воспитание студентов в поликультурных условиях. Это и есть, на наш взгляд, ценностный ориентир в современной образовательной системе.

Очевидно, важными и необходимыми являются универсальные типовые контрольные задания для ФОС, которые разработаны на основе ряда современных источников [1]. Эти оценочные средства прежде всего нацелены на формирование тех компетенций, которые должны быть реализованы в бакалавриате и магистратуре, учитывая то, для кого предназначен ФОС. К примеру, для бакалавров права предусмотрено формирование компетенций: ОК-4, ОК-6, ОПК-5, ПК-3, а для бакалавра, будущего социального работника, – ОК-5, ОК-6, ПК-2. Материалы ФОС для магистрантов по философии должны быть направлены на реализацию только профессиональных компетенций: ПК-2, ПК-7, ПК-8 и т.д. Поэтому учебные задания для ФОС приходится разрабатывать, акцентируя внимание на тех компетенциях, которые используются в учебном процессе при обучении студентов красноречию по конкретному направлению. При этом существенными являются профессиональные компетенции.

Таким образом, мы в статье представили те предварительные актуальные мысли, о значимости которых будет известно в ближайшем будущем и которые прольют свет на все назревшие вопросы при работе с ФОС для контроля успеваемости студентов-гуманитариев дагестанской поликультурной аудитории.

### **Литература**

1. Аннушкин В.И. Риторика. Вводный курс: учебное пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта; Наука, 2007; Он же. Риторика. Экспресс-курс: учебное пособие. – 3-е изд. – М.: Флинта; Наука, 2012; Ипполитова Н.А. и др. Общая риторика: учебное пособие. – М.: Экзамен, 2012; Рождественский Ю.В. Теория риторики: учебное пособие / под ред. В.И. Аннушкина. – 3-е изд. – М.: Флинта; Наука, 2004 и др.

2. Ваджибов М.Д. Дидактические материалы для занятий по риторике в дагестанской студенческой аудитории // Дидактическая филология. – 2016.



312 | № 3. – С. 17–27; Он же. «Дневник ратора» для дагестанской студенческой аудитории (из опыта работы в Дагестанском государственном университете) // Современная риторика в общественно-речевой и педагогической практике: материалы XVII Международной научной конференции (30 января – 1 февраля 2013 г.). – М.: Институт русского языка, 2013. – С. 86–94; Он же. О перечне творческих работ для разработки технологий обучения дагестанских студентов риторике // Дидактическая филология. – 2017. № 2 (6). – С. 15–21; Он же. О риторических тренингах для дагестанских бакалавров // VII Международный лингвистический конгресс «Язык и мир»: Международный конгресс (Ялта, 5–8 октября 2015): Сборник научных докладов / Отв. ред. А. Н. Рудяков, Ю. В. Дорофеев; Крымский республиканский институт постдипломного педагогического образования. – Симферополь, 2015. – С. 51–54. Он же. О риторическом портфолио дагестанского студента // Культура русской речи в условиях многоязычия: материалы II Международной научно-практической конференции (Махачкала, 18–19 мая 2015 г.) / отв.ред. М.Д. Ваджибов. – Махачкала: Издательство ДГУ, 2015. – С. 77–80; Он же. О творческих работах по риторике для дагестанских студентов // Дидактическая филология. – 2017. – № 1 (5). – С. 32–53; Он же. Риторические задания, нацеленные на усвоение дагестанскими бакалаврами теоретического материала // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. – № 4. – 2015. – С. 152–155. Он же. Риторические задания, нацеленные на усвоение дагестанскими бакалаврами теоретического материала. Статья вторая // Дидактическая филология. – 2016. – № 2. – С. 33–47; Он же. Риторические эссе для дагестанских бакалавров // Наука. Мысль. – 2015. – № 3. – С. 43–51 и др.

3. Ваджибов М.Д. Риторика: учебное пособие для студентов-бакалавров гуманитарных специальностей. – 3-е изд., перераб. и доп. – Махачкала: Издательство ДГУ, 2016.

4. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» URL: <http://base.garant.ru/70291362/4c3e49295da6f4511a0f5d18289c6432/> (дата обращения: 09.12.2018).

5. Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71621568/> (дата обращения: 09.12.2018).

6. Письмо Минобрнауки России от 15.02.2018 № 05-436 «О методических рекомендациях по организации и проведению в образовательных организациях высшего образования внутренней независимой оценки качества образования по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»



URL: <http://legalacts.ru/doc/pismo-minobrnauki-rossii-ot-15022018-n-05-436-o-metodicheskikh/> (дата обращения: 09.12.2018).

7. Письмо Минобразования России от 16.05.2002 № 14-55-353ин/15 «О методике создания оценочных средств для итоговой государственной аттестации выпускников вузов». URL: <http://base.garant.ru/1589042/> (дата обращения: 09.12.2018).

*M.D. Vadzhibov*

#### **ABOUT THE FUND OF EVALUATION RETHORICS FOR HUMANITARIAN STUDENTS DAGESTAN POLICULTURAL AUDIENCE**

*Annotation.* This article presents various questions about the fund of appraisal tools on rhetoric for students of the Dagestan polycultural audience, reflects the author's opinion about the tasks for monitoring students' knowledge, noted their own preliminary thoughts. When developing exercises, one should take into account the specific features of rhetoric teaching to bachelors and undergraduates in multilingual conditions. An approximate list of types of fund of evaluation funds that are used in the educational process is indicated.

*Keywords:* foundation, appraisal funds, rhetoric, Dagestan polycultural audience, students.

## ОБРАЗ БАБОЧКИ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

*Аннотация.* В статье рассматривается вопрос, связанный с символическим значением образа бабочки в русской и китайской лингвокультурах. Образ бабочки анализируется в мифологии, фольклоре, поэзии и традиционной художественной литературе. В основном метафорика образа бабочки в русской поэзии и китайской классической литературе совпадает, являясь символом души, стремления к красоте, счастью, свободе. Конкретные тексты позволяют почувствовать своеобразие русской и китайской лингвокультуры.

*Ключевые слова:* образ, бабочка, символическое значение, лингвокультура, традиционная литература.

Бабочка – одно из самых прекрасных творений природы, относящееся к самым молодым отрядам насекомых, чье развитие шло параллельно с эволюцией цветковых растений. Все найденные ископаемые останки бабочек датируются палеогеном и очень близки к современным видам, которых насчитывается около 140 тыс. видов. Они населяют все континенты, за исключением Антарктиды [1: 216].

С бабочкой связываются прежде всего представления о душе. В разных районах России при виде бабочки или мотылька говорили: «Вот чья-то душка летает» (М.М. Пришвин) [5: 43]. Согласно русским народным представлениям, душа, вылетающая из тела покойника, может иметь облик бабочки [2: 307]. Говорят, что душу умирающего можно видеть во время агонии в виде бабочки [3: 488]. С давних времен люди верили в то, что душа человека после его смерти, покидая тело, превращается в бабочку. Видимо, поэтому убийство этих изящных насекомых считалось преступлением.

Бабочки в стихах воспеты поэтами-романтиками, жившими многие столетия назад. Лучшие авторы, признанные классики русской и зарубежной литературы писали восторженные стихи о бабочках, воспевая радостное чувство ожившей природы. Обратившись к исследованию образа бабочки в творчестве разных писателей, мы склонны отнести его к категории топов – образов, «которые, многократно варьируясь, приобретают общенациональную распространенность и характерность» [6: 5].

В художественных текстах накоплен богатый опыт восторженного описания бабочек. Так, в пастушеской идиллии XVIII века бабочки рассматриваются как символ влюбленных:

«Ах! станем подражати, –  
Сказал он, – свет мой, им.  
И резвость съединяти  
С гулянием своим;  
И, бегая лесочком,  
Чете подобясь сей,  
Я буду мотыльчком,  
Ты – бабочкой моей».  
[М.И. Попов, 1765]

Прочитав эти строчки, перед взором читателем предстает прекрасная, веселая и счастливая картина, в которой играют и догоняют друг друга пастух и пастушка, уподобляясь бабочкам. Именно через такие простые и прямые слова, как «Я буду мотыльчком, Ты – бабочкой моей» передаются чувство счастья и радости.

В творчестве Н.М. Карамзина бабочки становятся символами свободной и даже ветреной любви, за которую человек может быть наказан в будущем:  
Если б было в нашей власти  
Вечно бабочкой летать,  
Не дивился бы я страсти  
С тем любить, чтоб разлюбить.  
Время крылья подсекает,  
И придется сиднем быть.  
Поздно ветреный узнает,  
Каково на ветер жить!  
[Н.М. Карамзин 1800] [4: 257]

Эти строчки из одной сельской комедии звучат от лица горожанина. Если прочитать все куплеты, то мы знаем, что люди обсуждают, что же такое любовь, счастье и как должно достойно жить. Настроение и мелодия легкая, веселая, пока речь не дошла до горожанина. В первых строчках создается ощущение спокойствия и свободы, благодаря словам: «Вечно бабочкой летать», ведь при мысли о крыльях бабочки мы представляем нечто легкое, воздушное и прозрачное. Однако в последующих строках возникают чувства серьезные и тревожные. Из рассказа ясно, что наш герой добьется счастливой жизни только после преодоления бесчисленных трудностей – мы можем стать сильными и лететь, куда хотим, только после победы над своими страстями. У ветреного человека «время крылья подсекает, и придется сиднем быть», значит, образ бабочки может быть и предупреждением относительно легкомысленного поведения.

В стихотворении Г.Р. Державина «Бабочка» дается представление о бабочке как воплощении счастья, свободы и вечности. В бабочке проявляется мировая красота и гармония окружающего мира. Действительно, все хотят жить «на своей воле»:

«Не тоскуя, не вздыхая,  
 На цветы с цветов летая,  
 В поле бабочка живет;  
 Не тоскуя, не вздыхая,  
 Сладкий мед один с них пьет.  
 Что счастливее сей доли,  
 Как бы бабочкою быть,  
 На своей всегда жить воле,  
 И любви лишь сладость пить?  
 Я бы пил, — и, вновь влюбляясь,  
 Лишь в веселье дни провел  
 И, с духами сочетаясь,  
 Был нетления символ  
 [Г.Р. Державин 1802]

В стихотворении «Превращение» А.А.Фет тонко и глубоко раскрывает всю суть бабочки, чей жизненный цикл начинается с яйца, из которого вырастает личинка. Затем из личинки появляется гусеница, которая превращается в чудесную бабочку.

Давно, в поре ребяческой твоей,  
 Ты червячком мне пестреньким казалась  
 И ласково, из-за одних сластей,  
 Вокруг родной ты ветки увивалась.  
 И вот теперь ты, куколка моя,  
 Живой души движения скрываешь  
 И, красоту застенчиво тая,  
 Взглянуть на свет украдкой замышляешь.  
 Постой, постой, порвется пелена,  
 На божий свет с улыбкою проглянешь,  
 И, весела и днем упоена,  
 Ты яркою нам бабочкой предстанешь.  
 [А.А. Фет 1859]

Может быть, автор хотел сказать, что стадии развития бабочки соотносятся со ступенями роста человека. Прекрасная и свободная бабочка вырастает из вялой гусеницы и тупой куколки. Препятствие в виде кокона было необходимо бабочке для того, чтобы укрепить ее крылья, достаточные для полета.

Восхищение и любовь к бабочке в русской поэзии никогда не престают. Вот лишь один пример из современной поэзии:

Все эти бабочки отважные,  
 И лепестки, и листья влажные,  
 Земли преобразая лик,  
 Живут, рискуя каждый миг.

Они живут, летают, дышат,  
Как будто небо — это крыша,  
И каждый, кто под ней рожден,  
От всех напастей огражден.  
[Лариса Миллер 2006]

Бабочка – поистине порхающий цветок. Из первой строки стихотворения «Все эти бабочки отважные...» понятно, что автор восхищается мужеством бабочки. Обычно при первом же взгляде на бабочку можно заметить, что это маленькое и красивое природное чудо, мы никак не связываем ее образ с могуществом и мужеством. Однако образ бабочки интересен именно тем, что сочетает в себя хрупкость, бессилие и таинственно присутствующее в ней могущество. Видимо, это та таинственная жизненная сила, которая выражается русской формулой «сила Божия в немощи совершается».

Теперь обратимся к образу бабочки в китайской культуре. Благодаря изысканности форм, красок и легкости порхания бабочка в Китае пользуется большой популярностью. Это объясняется тем, что бабочка часто встречается в китайской литературе и почитается как тотем национальности Мяо: “枫木和蝴蝶成为苗族最崇拜的图腾”(Клен и бабочка являются самыми почитаемыми тотемами национальности Мяо) [У Сяодун 2002: 18]. В традиционной песне 《焚巾曲》 (Фэн Цзиньцюй) бабочку воспевают как прародительницу и покровительницу национальности Мяо:

蝶妈生老人， 生远祖央公；  
央公生我们的妈妈， 妈妈才生我们大家。  
[Тянь Бинь 1981: 18]

(Мать-бабочка родила предка по имени Ян Гун,  
Ян Гун родил нашу маму, мама родила нас всех).

В китайской культуре бабочка считается символом любви, счастья, свободы и красоты. Символическое представление о бабочке как символе любви и счастье можно найти в легенде о двух возлюбленных по имени Лян Шаньбо и Чжу Иньтай.

Чжу Иньтай с детства любила читать и учиться. Она уговорила отца, чтобы пойти учиться в институте Юе Чжоу. По пути в институт она встретила юношу по имени Лян Шаньбо. Так как в древности женщинам было не принято посещать школу, Иньтай надела мужскую одежду и Лян не заметил, что она девушка. В течение совместной трехлетней учебы героиня постепенно влюбилась в своего одноклассника Лян. Однажды по просьбе родителей Иньтай необходимо было вернуться домой. Она оставила Лян вещь, намекавшую на любовь к нему и он понял, что она девушка. Но одновременно другой юноша Ма Вэньсай также узнал о ее обмане. Полюбив Иньтай, Ма сделал предложение Иньтай раньше, чем Лян. Узнав об их свадьбе, Лян заболел и умер. В день свадьбы Иньтай попросила, чтобы свадебная

318 | процессия прошла через могилу Лян. Иньтай подошла к могиле и молила могилу открыться, и та действительно открылась, и тогда Чжу без промедления прыгнула в нее. Тут же из могилы вылетели две бабочки, в которые и превратились Лян и Иньтай. Китайские предки считали, что смерть – не конец, а преображение. Смерть материального тела означает освобождение души подобно тому, как из куколки высвобождается бабочка.

В этой легенде бабочка символизирует любовь и свободу. Известно, что в Древнем Китае женились только по указанию родителей, молодые не имели права выбрать свою другую половину. Понятно, что счастье Иньтай и Лян нарушили именно родители Иньтай. Отсутствие свободы в браке принесло большое страдание молодым людям. Смысл превращения Лян и Чжу в бабочек заключается в том, что хотя в реальном мире они не могли жить вместе, но в образе бабочек они свободны и счастливы.

В памяти китайцев при упоминании бабочки всплывают как вышеприведенная легенда о двух возлюбленных Лян Шаньбо и Чжу Интай, так и бабочка во сне Чжуан Цзы.

«昔者庄周梦为蝴蝶，栩栩然蝴蝶也，自喻适志与，不知周也。俄然觉，则遽遽然周也。

不知周之梦为蝴蝶与？蝴蝶之梦为周与？周与蝴蝶则必有分也。此之谓物化.»

[Чжуанцзы Цзи Улун]. Однажды Чжуан Цзы во сне увидел себя бабочкой, свободной, спокойной и беззаботной, совершенно забыв о том, что он – человек. Проснувшись, он не мог понять: во сне ли он видел, что он – бабочка, или это бабочке теперь снится, что она – Чжуан Цзы? Происходит как бы явление взаимного превращения Я и вещи.

Характерной особенностью творчества Чжуан Цзы является присутствие в его работах большого числа притч с размышлением о жизни. При этом бабочка превращалась у него в тончайший инструмент реализации философских замыслов. Неслучайно он видел во сне именно бабочку, а не какие-то другие существа. Чжуан Цзы всю жизнь стремился к гармонии между людьми и окружающей средой, но осуществить это было нелегко. Бабочка, обладая изысканной формой, красотой и легкостью порхания, является компенсацией отсутствия свободы в реальной жизни. Только во сне можно добиться того, что невозможно в действительности. Бабочка становится символом свободы, к которой все стремятся.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что образ бабочки в русской и китайской лингвокультурах имеет долгую историю и пользуется большой популярностью. При этом символическое значение образа бабочки, основанное на разных культурных традициях и социальном опыте, совпадает в наших лингвокультурах, имея конкретные отличия в разных литературных произведениях. Писатели и поэты по-разному расставляют

акценты, но в основном образ бабочки ассоциируется с душой, красотой, счастьем и свободой.

### Литература

1. Большая универсальная энциклопедия. В 20 томах. Т. 5. ГИБДЕН – М.: АСТ: Астрель; 2010. 797, [3] с.: ил.
2. Добровольский. В.Н. Смоленский этнографический сборник. СПб., М., 1891–1903
3. Гура А.В. Символика животных в славянской народной традиции. М., издательство «Индрик», 1997.
4. Карамзин Н.М.. Куплеты из одной сельской комедии // Карамзин Н.М. Стихотворения. Л.: Советский писатель, 1966. С. 256–259. (Библиотека поэта; Второе издание).
5. Пришвин М.М.. В краю непуганых птиц // М.М. Пришвин. Собрание сочинений в 6-ти томах. т.2. М.: 1956. С 5–161.
6. Эпштейн М. Н. Природа, мир, тайник вселенной...: Система пейзажных образов в русской поэзии. М.: Высшая школа, 1990.
7. «辞海». 上海辞书出版社, 1989 年版缩印本, 1989 年, 第876 页. («Цыхай»), – Шанхай. Шанхайское издательство Цышу. 1989).
8. «苗族古歌», 田兵, 中国民间艺术出版社1981 年. («Песня национальности Мяо»), Тянь Бинь. Китайское издательство народного искусства. 1981).
9. «苗族史», 伍新福, 龙伯亚编. 四川民族出版社, 1992 年版, 第67 页. («История национальности Мяо», У Синьфу, Лун Боуа. Сычуанское национальное издательство, 1992).
10. 庄子: «齐物论». 北京, 中华书局, 1979. («Ци Улун», Чжуан Цзы. – Пекин: Китайское книгоиздательство, 1979).

*Wang Mengmeng*

### THE IMAGE OF BUTTERFLY IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUISTIC CULTURE

*Annotation.* The article discusses the symbolic meaning of the butterfly in Russian linguistic culture in comparison with the Chinese. The study analyzes the butterfly 's image in mythology, folklore and traditional cultures. A significant place in the study is put into the analysis of the symbolic meaning of the butterfly 's image in Russian traditional poetic texts and Chinese traditional literature. This analysis enabled researcher to reveal actual similarities semantics of the butterfly in two languages.

*Keywords:* image; butterfly; symbolic meaning; linguoculture, traditional literature.

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В.В. ПУТИНА В КИТАЕ

*Аннотация.* В данной работе рассматривается проблема исследования публичных выступлений В.В. Путина в Китае, анализируются научные работы, написанные китайскими учеными на сайте банков научных работ (китайский аналог российскому РИНЦу). Выявлена и обоснована необходимость применения методов лингвистического анализа в процессе исследования публичных выступлений. Делается вывод об актуальности исследования выступлений В.В. Путина для развития речеведческих наук в Китае.

*Ключевые слова:* стилистика, риторика, В. В. Путин, публичное выступление, Китай.

Политическая речь играет важную роль в общественной жизни. Данный жанр речи можно разделить на несколько поджанров, среди которых выделяется политическое выступление, в особенности публичное выступление главы государства, вследствие своей актуальности и влиятельности как на развитие страны и международных отношений, так и социально-психологическое состояние отдельных граждан страны. Политическое выступление не только дает обществу и народу определенные ориентиры относительно того, по какому пути пойдет страна в будущем, но и их вдохновляет и воодушевляет. В этом смысле публичные выступления В.В. Путина как выдающегося политического деятеля и главы России, без сомнения, стоит рассмотреть как объект изучения гуманитарных и общественных наук.

В Китае у исследователей уделяется должное внимание изучению публичных выступлений. Изучение проводится прежде всего в рамках стилистики. Публичное выступление относили к публицистическому стилю, который активно изучается в качестве одного из пяти главных функциональных стилей. Кроме того, публичное выступление также изучается как один из видов устной словесности, который неизбежно носит разговорную характеристику. Более того, отмечается, что текст публичного выступления чаще всего строится как научное рассуждение: выдвигается острая общественная проблема, анализируются возможные пути ее решения, обобщаются некоторые выводы.

В Китае в последние годы растет интерес к выступлениям В.В. Путина в связи с его статусом и ролью в международной политической и экономи-



ческой жизни. В этих выступлениях проявляется талант В.В. Путина как страстного политика и опытного оратора. На сегодняшний день на сайте банков научных работ (<http://www.cnki.net/>, китайский аналог российскому РИНЦу) количество результатов поиска по ключевым словам «выступление В.В. Путина» составляет 22 работы. Их классифицировать можно по двум параметрам.

Во-первых, классификация работ возможна по характеристикам использованных материалов, которые охватывают главным образом две категории: послание и публичное выступление на форумах и митингах. К этой группе относится работа магистранта Хэйлунцзянского Университета Фэн Гуйгуй «Дискурс-анализ публицистического стиля (на примере посланий В.В. Путина и Д.А. Медведева)» [9]. В этой работе рассматриваются послания В.В. Путина и Д.А. Медведева как вид политического дискурса, анализируются их стилистические особенности. Относится также работа магистранта Хуачжунского Педагогического университета Китая Тань Веньцзюнь «К изучению политической метафоры в Послании В.В. Путина Федеральному Собранию» [8]. В данной работе автор использует примеры политических метафор, большинство которых взято из посланий к Федеральному собранию, с которыми ежегодно выступил В.В. Путин. Чу Ваньмэй, магистрантка Сычуаньского университета иностранных языков, защитила диссертационную работу «Анализ перевода публицистического выступления с русского языка на китайский в аспекте теории переводческой эквивалентности (на примере Послания Президента России В.В. Путина Федеральному собранию)» [13]. В данной работе определяются особенности публицистического выступления и речевые характеристики посланий Президента В.В. Путина Федеральному собранию на основе теории переводческой эквивалентности.

Вместе с тем некоторые ученые-русисты анализируют такие публичные выступления В.В. Путина, как президентские новогодние обращения, интервью и т. д. В работе Ли Хуншо «Категория оценки в президентских новогодних обращениях РФ (на материале текстов В.В. Путина и Д.А. Медведева)» [6] анализируются структурные и семантические особенности президентского новогоднего обращения РФ В.В. Путина. Чай Циньган рассматривает предвыборные программы В.В. Путина и анализирует политическую метафору в своей диссертационной работе «Исследование моделей политических метафор в Предвыборной программе В.В. Путина на выборах Президента России 2012 года» [12]. Дэн Лицзюань написала «Косвенный речевой акт несогласия в интервью В.В. Путина» [3]. Для анализа брались интервью В.В. Путина на конференциях «Прямая линия», «Большая пресс-конференция», автором выбраны 70 примеров (2010–2016), использованы статистические методы структурно-семантического и функционального анализа, которые позволяют определить частоту употребления эффективных языковых средств.

Таким образом, для изучения особенностей речи В.В. Путина китайские исследователи чаще всего используют послания и такие публичные выступления, как новогоднее обращение, интервью и прямое общение в СМИ.

Во-вторых, достижения могут классифицировать по теоретическим положениям, которые прежде всего отмечаются лингвистические теории и теории перевода.

С одной стороны, В.В. Путин является одним из влиятельных и знаменитых политиков не только в России, но и во всем мире. Его речь часто вызывает интерес у международной общественности, и в связи с этим, перевод его выступлений на разные языки является одним из направлений в исследовании природы политических выступлений. Таким образом, речь В.В. Путина интересует исследователей также с позиции теории перевода. Ву Фуэр, магистрант Синьцзянского Педагогического университета, посвятил свою работу изучению функциональной эквивалентности на материале «выступления Владимира Путина на заседании Генассамблеи ООН 28 сентября 2015 года» [2]. В докладе о практике перевода Чжан Иньин были подобраны и переведены с русского языка на китайский 10 текстов официальных выступлений Президента РФ В.В. Путина в 2016 году.

С другой стороны, большинство из китайских ученых анализирует политические выступления В.В. Путина в лингвистическом, в том числе риторическом, аспекте. Будучи инструментом выражения мысли и орудием организации деятельности, риторика необходима, разумеется, политикам, чья карьера чаще всего зависит от речевых умений и навыков, которые определяют эффективность и убедительность выступлений. Янь Мэнин в работе «Употребление этоса, пафоса и логоса в выступлениях Владимира Путина» анализирует особенности употребления данных категорий в речах В.В. Путина на основе соответствующих статистических данных [15]. Дуань Лиминь также анализирует главные риторические стратегии на материале выступлений В.В. Путина. Стоит отметить, что риторика – древняя филологическая дисциплина, изучающая отношение мысли к слову, поэтому изучение трех основных категорий риторики этос, пафос и логос играет важную роль в понимании не только способов создания содержания политического выступления, но и того, как достигается цель оратора словесными средствами убеждения аудитории.

Китайский исследователь Сюй Дайдай и его коллеги проводили анализ публичных выступлений В.В. Путина в стилистическом аспекте. Они анализировали стилистические особенности лексики, морфологии, синтаксиса и стилистических фигур. Сотрудник этого научного коллектива Цзяо Хуэй в работе «Лингвистический анализ Крымской речи В.В. Путина» всесторонне проанализировал языковые особенности лексическом, морфологическом и синтаксическом аспектах, выделив тропы и стилистические фигуры, использовавшиеся в Крымской речи В.В. Путина [11].

Стоит отметить, что в выступлениях В. В. Путина имеются типичные особенности публицистического стиля. К лексическим особенностям выступлений Путина относится широкое употребление сокращенных слов, разговорной лексики и фразеологических сочетаний. К морфологическим особенностям выступлений относится широкое употребление местоимений первого лица множественного числа, сложных предлогов, союзов и причастий в значении имени существительного. Что касается синтаксиса, в выступлениях В.В. Путина чаще всего употребляются восклицательные предложения и присоединительные конструкции.

Ряд работ китайских исследователей посвящен стилистическому анализу публичной речи и изучению метафор в политических выступлениях В.В. Путина. На сайте CNKI имеются также работы, посвященные анализу публичных выступлений с точки зрения прагматики. Ли Цюшэн написал «Анализ публичной речи В.В. Путина с точки зрения лингвистической прагматики», в которой изучается проявление в публичной речи В. Путина категорий кооперации и вежливости, с точки зрения воздействия этих категорий на результат публичной речи В.В. Путина [6]. Показано, как соблюдение принципов вежливости и кооперации приводит к успешному итогу коммуникации. По мере развития прагматика как одна из лингвистических наук предлагает многообразные подходы к изучению политической речи, в том числе, политических выступлений.

Кроме этого, анализ имиджа политика в выступлениях В.В. Путина также является актуальным при анализе публичных выступлений. Ван Чуньцзяо в своей работе «Анализ особенностей текстов выступлений В.В. Путина» подробно излагает положительный имидж в выступлениях Путина, характеризуя этот образ как «Державник», «Сильные руки», «Пламенный борец», «Отец народа» и др. [1] Кроме этого, Лю Ядин также отметил, что «Защитники Отечества» является пронизавшей все его выступление метафорой, выразившей основную идею спикера — патриотизм и его бескомпромиссный характер. Стоит отметить, что политические успехи В.В. Путина не только зависят от его индивидуального таланта, но и от его личной привлекательности в процессе выступления.

Мы считаем, изучение политических выступлений В.В. Путина имеет актуальное значение как и для лингвистического анализа политической речи на русском языке, так и для изучения русской культуры в межкультурной коммуникации.

Во-первых, исследование публичных выступлений В.В. Путина способствует совершенствованию и развитию русских речеведческих наук. Речеведческие науки включают в себя разные дисциплины: стилистику, риторику, прагматику и т.п. Исследование публичных выступлений В.В. Путина играет важную роль в развитии речеведческих наук.

Кроме этого, исследование выступлений В.В. Путина также позволяет образовать панораму изучения стилистики и риторики в Китае. Как известно, русские лингвисты рассматривают и анализируют публичную речь в разных аспектах, например, психологическом, стилистическом и других. В этом отношении в китайском кругу русистов наблюдается большая перспектива, поскольку исследование этих наук находится на начальном этапе.

Во-вторых, изучение публичной речи В.В. Путина имеет несомненное практическое значение. Результаты изучения помогают нам приобрести знания об ораторской речи и развивать умения и навыки собственной публичной речи, избегать ошибок, которые могут привести к коммуникативным неудачам и конфликтам. Сегодня публичная речь занимает существенное место в общественной жизни, являясь важным средством всестороннего воздействия на личность. Исследование политических выступлений В.В. Путина не только обогащает теории языка и речи, но позволяет иностранным исследователям и учащимся глубже понять русский дух и культурные коннотации.

### Литература

1. Ван Чуньцзяо. Анализ особенностей текстов выступлений В.В. Путина. [D] Хэбэйский педагогический университет. 2014.
2. Ву Фуэр. Выступление Владимира Путина на заседании Генассамблеи ООН, 28.09.2015. [D] Синьцзянский педагогический университет. 2017.
3. Дэн Лицзюань. Косвенный речевой акт несогласия в интервью В.В. Путина. [D] Даляньский политехнический университет. 2017.
4. Ли Пэйся. Анализ выступлений В.В. Путина с точки зрения языковой оценки. [D] Сычуаньский университет иностранных языков. 2016.
5. Ли Хуншо. Категория оценки в президентских новогодних обращениях РФ – На материале текстов В.В. Путина и Д.А. Медведева. [D] Синьцзянский университет. 2013.
6. Ли Цюшэн. Анализ публичной речи В.В. Путина с точки зрения лингвистической прагматики. [D] Университет Внутренней Монголии. 2014
7. Лю Байвэй. Анализ выступлений В. Путина по диалогизму. [J] Русский язык в Китае. 2016.
8. Тань Веньцзюнь. К изучению политического метафоры в Послании Путина Федеральному Собранию. [D] Хуачжун Педагогический университет Китая. 2013.
9. Фэн Гуйгуй: Дискурс-анализ публицистического стиля на примере посланий В.В. Путина и Д.А. Медведева [D] Хэйлуцзянский университет. 2014.
10. Цзяо Лили. Прагматический анализ текста выступлений В. Путина. [D] Даляньский морской университет. 2014
11. Цзяо Хуэй. Лингвистический анализ Крымской речи В.В. Путина. [D] Хунаньский педагогический университет. 2016.

12. Чай Циньган. Исследование моделей политических метафор в Предвыборной программе Путина на выборах Президента России 2012 года. [D] Гиринский педагогический университет. 2014.

13. Чу Ваньмэй. Анализ перевода публицистического выступления с русского языка на китайский в аспекте теории переводческой эквивалентности – на примере Послания Президента России В.В. Путина Федеральному собранию. [D] Сычуаньский университет иностранных языков. 2017.

14. Юй Инцзы. Речевые особенности выступления Путина со стилистического аспекта. [D] Хэбэйский университет. 2018.

15. Янь Мэнин. Употребление этоса, пафоса и логоса в выступлениях Владимира Путина. [D] Пекинский университет иностранных языков. 2015.

*Wang Jin*

### THE RESEARCH OF PUTIN'S SPEECH IN CHINA

*Annotation.* The article mainly studies Putin's public speaking in China and analyzes papers about Putin's public speaking written by Chinese scientists on the CNKI. It mainly discusses the necessity of applying the methods of linguistic analysis in the process of public speaking research. Finally, the article provides an overview of the importance of the research of Putin's speech on the development of speech discipline in China.

*Keywords:* stylistics, rhetoric, Vladimir Putin, speech, China.

## **УЧИТЕЛЬ СЛОВЕСНОСТИ ДЛЯ БУДУЩЕГО (К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРА)**

*Аннотация.* В статье предлагается система подготовки учителя русского языка и литературы для профессиональной коммуникации с учетом требований ФГОС последнего поколения.

*Ключевые слова:* коммуникативная культура, коммуникативная компетенция педагога, педагогическая риторика, педагогические жанры речи, риторический анализ.

С точки зрения современных исследований, деятельность учителя имеет коммуникативно-методический характер [2; 3]. Главные вопросы профессии «Зачем, чему, в какой последовательности, как, с помощью чего учить и как контролировать знания учеников?» требуют решения не только традиционными психолого-педагогическими, частнометодическими, но и риторическими приемами и средствами. Сегодня требует широкого общественного признания точка зрения Лауреата Государственной премии Т.А. Ладыженской и ее единомышленников, что профессиональная компетенция учительских кадров в XXI веке немислима без готовности максимально реализовать информативно-воздействующую силу слова, поскольку педагог использует речь для решения всех задач. Это, в свою очередь, невозможно без глубоких знаний о видах и механизмах педагогической речевой деятельности, без владения жанровым разнообразием моно-, диа- и полилогической речи (устной, письменной, поликодовой), без представлений о причинах и последствиях коммуникативной агрессии учителя [4], без его готовности использовать комплекс ритмико-интонационных, пантомимических средств, риторических свойств голоса, без потребности формировать качественный речевой имидж, идиостиль, без способности результативно взаимодействовать со всеми участниками отечественного образования [1; 3;]. Современный учитель должен восприниматься российским обществом как риторический идеал эпохи. Отсутствие аспектной подготовки приводит педагога к опасным коммуни-

кативным промахам и неудачам как результату неуместного использования грубого требования вместо вежливой просьбы, словесной угрозы, жанровых форм оскорбления (характеристики – зоометафоры, сравнения с неживым предметом действительности; унижающего намека, негативного отзыва об интеллекте школьника, родителей, сверстниках и пр.) вместо корректного замечания или паузы – молчания, апосиопезы. Профессиональные выгорание и деформация педагога как одна из острых проблем отечественной школы также, на наш взгляд, являются результатом коммуникативной безграмотности. Следовательно, без введения в учебные планы педагогических вузов дисциплин, которые формируют культуру общения учителя, компетенции, заложенные в Федеральные стандарты высшего педагогического образования, становятся недостижимым «маниловским» проектом.

Проблема целенаправленной риторической подготовки особенно актуальна для учителя-словесника. В его обязанности входит реализация коммуникативно-компетентных подходов, заявленных в новых школьных ФГОС по русскому языку и литературе. Являясь одним из ведущих школо-, градо- и стронообразующих специалистов, учитель-филолог имеет особые возможности формировать детскую личность на позитивных или негативных образцах речевого поведения реальных людей и персонажей художественных текстов. Предлагаем краткую характеристику внедренной в практику педагогического вуза риторической подготовки бакалавра-словесника на основе коммуникативно-компетентного подхода.

Пропедевтический этап (1 курс). В этот период бакалавры осваивают учебные дисциплины «Риторика», «Теория речевых жанров» (блок «Предметное обучение: Русский язык»). В процессе их изучения: а) актуализируются теоретические и практические знания, полученные на школьных уроках развития речи; б) формируются начальные представления о речеведческой / риторической основе профессии и аспектные компетенции; в) осваиваются опорные понятия: коммуникативная культура и ее типы; общение, его виды; речевая ситуация; коммуникативные качества речи и их нарушения; речевая деятельность, ее виды и механизмы; риторический канон (основные приемы подготовки речи); текст как коммуникативный феномен, его категориальные признаки. Учитывая период адаптации первокурсников к формам вузовского обучения и специфику речи учителя (в частности, ее репродуктивно-продуктивный характер, информационную и языковую опору на чужую речь), мы исследуем учебно-научные репродуктивные письменные, устные и поликодовые жанровые формы: тезисы, конспект, реферативный устный и письменный обзор источников; ответ по предмету; оценочные жанры отзыва и рецензии; доклад.

Основной объект освоения на данном этапе подготовки – коммуникативная деятельность как процесс порождения и восприятия высказывания.

328 | При изучении говорения особое внимание уделяется голосу как основному средству выразительности устной формы речи, его риторическим свойствам (звуковысотному, силовому, тембральному диапазонам; гибкости, выносливости, устойчивости, адаптивности, помехоустойчивости и др.). Это связано с тем, что на т. н. «горловые» специальности педвузы набирают студентов по результатам письменного экзамена, а, следовательно, готовность их голосового аппарата к высокой речевой и эмоциональной нагрузке, как и способность к публичной коммуникативной профессии учителя, стрессоустойчивость, никто из специалистов не оценивает. Печальные последствия такого подхода к отбору будущих педагогов широко известны: преждевременные, порой неизлечимые заболевания голосового аппарата, агрессия как результат постоянного стресса, коммуникативное выгорание, ранняя профессиональная деформация.

Ведущие приемы работы на данном этапе – риторический анализ негативных и позитивных образцов речевого поведения в различных типовых ситуациях и публичное высказывание на общие темы («Честь имею представиться!», «Моя будущая профессия» и др.). С помощью таких приемов формируются представление о качественной речи, готовность к саморедактированию на уровнях коммуникативного замысла и его реализации. Дидактический комплекс включает: письменные тексты (в том числе ситуации из художественной литературы); видеосюжеты (киноэпизоды, фрагменты телепередач), позволяющие оценивать речевое поведение в комплексе вербально-невербальных средств; публичная речь обучающихся, преподавателей. На каждом занятии бакалавры поочередно проводят ортологические разминки и диктанты (материалы содержат частотные случаи речевых ошибок и недочетов), голосовые тренировки (в виде дыхательных, артикуляционных /дикционных, собственно голосовых упражнений, требующих изменения высоты, силы, тембральной окраски звучания). Высказывания (по учебным темам, по результатам включенных наблюдений) сопровождаются видеозаписью с последующим анализом и рецензированием. Такие задания формируют элементарную готовность к публичной информативно-воздействующей речевой деятельности, управлению вниманием аудитории, контролю над чужим и своим говорением и слушанием, их средствами выразительности.

Основной этап обучения реализуется во время освоения дисциплины «Основы коммуникативной культуры филолога» (блок «Психолого-педагогические основания педагогического образования»). Он состоит из двух модулей: «Деловая риторика» (2 курс), «Педагогическая риторика» (3 курс). Объекты наблюдения и изучения – сведения о речи как важнейшем средстве общения учителя, об условиях ее качественного использования для достижения комплексной педагогической интенции.

Базовая информация первого модуля дисциплины включает характеристику принципов, условий, ключевых жанров регламентированной моно-



логической, диа – и полилогической, моно- и поликодовой речи специалиста как важнейших форм и средств делового взаимодействия в различных сферах сотрудничества. Особое внимание уделяется коммуникативному имиджу специалиста, типологическим видам деловой беседы (кадровой, дисциплинарной, творческой, проблемной, организационной, социальной); крупным формам коллегиального полилогического общения (совещаниям, переговорам; презентациям и презентационной речи). Бакалавры получают представление: о служебных документах, требованиях к речевому поведению коммуникативного лидера (ведущего профессиональный диалог / полилог); о конфликте в профессиональном общении и его жанровом репертуаре; о причинах, формах и средствах коммуникативной агрессии деловых партнеров; о риторических основах делового и речевого этикета и др.

Ведущие способы организации учебного процесса на данном этапе и ключевые приемы работы – риторический анализ, коммуникативные задачи и игры. В комплекс средств обучения входят протоколы и стенограммы изучаемых деловых диа- и полилогов, аудиозаписи, видеоматериалы (кинофрагменты, телепрограммы, реальные примеры коммуникативной культуры и «бескультурия» из арсенала Интернета, служебной видеотеки). Образцы обсуждаются, оцениваются (с точки зрения качества общения, уместности / неуместности, конструктивности / деструктивности моделей речевого поведения), затем редактируются (если это, по мнению бакалавров, необходимо), озвучиваются / разыгрываются. Освоение сведений модуля опирается на парадигму «вежливо – невежливо – грубо».

Второй модуль дисциплины – сведения о педагогической риторике как науке – является главным в формировании коммуникативной культуры учителя-словесника. Он опирается на освоенные знания о деловой коммуникации, завершается педагогической практикой с фондом аспектных оценочных средств и учебно-научным исследованием (в форме курсовой работы) актуальных проблем современной коммуникации, в том числе детской и педагогической. В информационный блок входят сведения о причинах потребности в изучении педагогической риторики. К ним мы относим низкий уровень коммуникативной культуры учителей, показателями чего являются: косноязычие (частотное использование фраз типа *«Мы прошли с вами имя существительное и приступаем к прилагательному»* и др.); большое количество речевых ошибок и недочетов; примитивный жанровый репертуар. Особым предметом риторического анализа становятся «индикаторы» агрессивного общения. Это авторитарная тональность звучания голоса; эмоционально-экспрессивные невербальные средства; преобладание жанров, демонстрирующих неуважение к ученику как деловому партнеру: угроза физического воздействия (*«Я тебя сейчас так перетрясу, что все пуговицы отлетят! Сейчас подойду и двину, мало не покажется! Вылетишь в окно, как дерьмо в унитаз!»*); оскорбительный

330 | нарек («*Кто там хочет дверь понюхать? Это что там за чучело языком мелет?*»), упрек («*Ты же съел урок! Только место в школе занимаешь!*»), несправедливые требования («*Или ты сейчас все исправляешь на «четверку», или прощайся со школой!*»), язвительные замечания по поводу внешнего вида («*Ну что, Квазимодо? Отвечать будем? Или так и вылетим из школы тупым уродом?*»), интеллекта («*Совершенный пень, болван деревянный! Ну, не осел ли!*»), качества работы («*Баранов! У тебя почерк – даже не куропись, а баранопись!*»), обидные сравнительные характеристики («*Мурлин-мурло!*», «*Ведете себя, как дурдом на утреннике!*», «*Слышу речь кретина!*») и пр. [1].

Дидактический комплекс этого этапа включает фрагменты кинофильмов, художественных и публицистических текстов на школьную тему, видеозаписи уроков учителей, бакалавров, аспектные материалы интернета. Видеоситуации помогают выявить роль вербально-невербальных средств в достижении интенций педагога.

Центральные понятия модуля – педагогическая риторика (как комплексная психолого-лингвистическая наука, изучающая законы, правила, способы и средства успешного взаимодействия в профессионально значимых учебно-речевых ситуациях) и педагогические жанры речи. Информация раздела дополняется актуальными сведениями о педагогическом общении и его комплексной интенции; профессиональных свойствах и способностях личности учителя, специфике и видах его речевой деятельности; об учебно-речевой ситуации, ее основных компонентах, типологии [3]. На основе риторического анализа образцов бакалавры осознают, что основной помощник учителя – не только вербальная, но и ритмико-интонационная культура, «маркерами» которой являются профессионально звучащий суггестивный голос, педагогические жесты, другие средства воздействия и управления детской аудиторией. Мы формируем у будущих учителей представление об учениках как деловых партнерах. Бакалавры осваивают жанровые формы педагогических монологов, диа- и полилогов как ключевых источников учебно-научной и воздействующей информации. Это: сообщающее, инструктивное, обобщающее сопроводительное репродуктивное и проблемное слово; школьная репродуктивная и проблемная лекция; экскурсионная речь; предметные истории: сказка, детектив; уместные жанры комического (шутка, каламбур, анекдот, афоризм, юмористический рассказ из жизни учителя и детей); жанры – миниатюры (лингвистическое определение, правило; учебная инструкция; педагогические требования, просьбы; замечания; энциклопедическая статья); разновидности педагогических бесед, в том числе дисциплинарной, нравственной, опросов как директивно-оценочных жанров; подсчеты как профессиональные полилоги.

В основной блок также входят сведения о педагогических спорах и жанрах несогласия, о чужой речи, ее жанровых формах (вторичных и первично-вто-

ричных текстах) и их месте в коммуникации учителя. Бакалавры изучают жанры справочного аппарата книги (аннотацию, предисловие и их виды); педагогический отзыв, рецензию; научную и научно-методическую статью; инсценировку, сценарий внеклассного мероприятия, театрализованного урока; биографические и автобиографические повествования (исторические рассказы, байки, анекдоты; рассказ о себе, деловую автобиографию, родовое древо, родословную писателя, лингвиста, художника, композитора, героя художественной литературы; педагогическую родословную и др.); извинения; речи «по случаю» (поздравления, напутствия, советы, благодарность и др.)

Наиболее сложный для изучения жанр речи словесника – это творческий портрет личности (коллеги; писателя; художника, художника – иллюстратора; композитора, режиссера, актера, танцовщика как друзей или соавторов мастера слова в театральных и киновариациях его произведения) и коллективный творческий портрет деятелей искусства. Проблема их создания и использования связана со стилевым «многоголосием» и характером информации, куда на правах поликодового компонента входят художественные цитаты: репродукция картины, фотографии, аудио- или видеоматериалы (фрагменты музыкальных пьес, экранизаций, драматических, оперных, балетных спектаклей, в основе которых лежит художественный текст). Включая в риторическую «ткань» урока словесности такую наглядность, учитель расширяет представление школьников о возможностях искусства слова и его перевода на «язык» других искусств, о мире искусства в целом, формирует эстетические чувства и переживания, эмоциональную чуткость, отзывчивость, дефицитные в современной коммуникации. Комплексный анализ жанровых трансформаций, которым подвергается словесный первоисточник в иллюстрации, балетном или оперном либретто, инсценировке или сценической интерпретации пьесы и впоследствии в спектакле, оказывает позитивное воздействие на восприятие самих произведений литературы и их «перевода» на другой образный «язык». Выразительные жесты, мимика, движения актеров, танцовщиков, графические образы создают не менее убедительную иллюзию реальности происходящих событий и искренности чувств героев, чем художественный текст.

Ведущее положение в парадигме изучаемых педагогических жанров мы отводим лингвометодической дихотомии: конспекту – сценарию урока русского языка и литературы и уроку как учебно-научному поликодовому полилогу. Его риторический генезис вбирает в себя: а) содержание обучения (предметные понятия, правила, определения и др.); б) паралингвистическую (пантомимическую, ритмико-интонационную) и жанровую системы способов организации учебной деятельности. Речевая «матрица» урока объединяет по риторическим законам семиотически разнородные компоненты предметной информации – словесные и наглядные средства обучения (таблицы, репро-

332 | дукции, слайды, аудио-, видеозаписи и пр.). Современный урок в нашей концепции изучается как совместное (полиадресантное и полиадресатное) учебно-научное (или межстилевое) высказывание педагога и школьников (поликодовый полилог), который: а) имеет категориальные признаки текста (информативность, связность, цельность, модальность, завершенность, коммуникативность и др.), б) обладает комбинированной внешней (рамочной) и внутренней жанровой формой, в) решает комплекс коммуникативно-методических задач (обучает воспринимать, осмыслять, усваивать и использовать учебную и другую информацию), г) является образцом научной и художественно-публицистической речи.

Наш научно-педагогический опыт убеждает в том, что многолетнюю успешную деятельность учителя-словесника как социономического специалиста, способного формировать духовную личность школьников и быть риторическим идеалом эпохи, обеспечит коммуникативная компетенция как результат освоения арсенала риторики, которая должна войти в базовую часть высшего педагогического образования России.

### Литература

1. Вершинина Г.Б. Проблемы классификации педагогических жанров // Школа профессора Т.А. Ладыженской. Коллективная монография. Выпуск 2 / Под ред. Н.А. Ипполитовой, З.И. Курцевой. М.: Баласс, 2010. С. 45–51.
2. Колесникова И.А. Коммуникативная деятельность педагога / Под ред. В.А. Сластенина. М.: Академия, 2007. 336 с.
3. Риторика / Под ред. Н.А. Ипполитовой. М.: Проспект, 2006. 448 с.
4. Щербинина Ю.В. Речевая агрессия. Территория вражды. М.: Форум, 2013. – 400 с.

*G. B. Vershinina*

### THE TEACHER OF PHILOLOGY FOR FUTURE (TO THE PROBLEM OF BACHELOR'S COMMUNICATIVE COMPETENCE FORMATION)

*Annotation.* This article proposes a system of training teachers of the Russian language and literature for professional communication, taking into account the requirements of the GEF of the last generation.

*Keywords:* communicative culture, communicative competence of the teacher, pedagogical rhetoric, pedagogical genres of speech, rhetorical analysis.

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УЧЕБНОГО ДИАЛОГА В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

*Ключевые слова:* диалог, технология, образование, русский язык, преподавание.

Главным в лично-ориентированном образовании современной российской школы является развитие интеллектуальных, коммуникативных, творческих способностей учащихся, их духовное и нравственное совершенствование. Одним из основных методов, наиболее качественно решающих перечисленные задачи, является, на наш взгляд, учебный диалог. Учебный диалог по своей сути является формой сотрудничества на занятии педагога и учащихся, а также учащихся между собой, сотрудничества, в результате которого развивается критическое и логическое мышление, формируются речевые умения.

Анализируя более чем двухвековой опыт преподавания русского языка в школах России (5 августа 1786 года – Указ Екатерины II об обучении на родном языке), мы можем констатировать тот факт, что интерес к диалогу на уроках словесности как одному из главных компонентов, развивающих мышление и речь детей, способствующих духовному росту, возник в методической науке давно.

Например, Н.Ф. Кошанский, лицейский учитель А.С. Пушкина, писал: «Разговор (диалог) есть такое прозаическое сочинение, в нем беседуют вводимые лица... Диалог пошел от драматической прозы и от способа древних учить философии посредством Диалогики или Диалектики, путем вопросов и ответов» [4, 5].

Н.Ф. Кошанский разработал упражнения, которые содержали вопросы. Ответы на них, что особенно важно, предполагали обсуждение в форме диалога. «Размышление полезно потому, что образует способность рассуждать, которая прибавляет к читаемому свое, присваивает себе чужое, но часто новое и даже оригинальное» [4, 4].

Приведем пример того, как был организован диалог с учащимися в школе Кошанского. Например: «Учащийся не должен развиваться. Почему?... потому

334 | что резвость мешает учиться. – Прилежание полезно. Почему?... потому что служит средством к приобретению успехов.... Должно почитать родителей. Почему? (скажите сами) – ... Чтение книг полезно. Почему?» [4, 8].

О «двоюком способе преподавания» размышлял уже в середине XIX века Ф.И. Буслаев: учитель или заставляет ученика самого доискиваться и находить то, чему его хотят научить, или же предмет преподавания дается ему готовый. Первый способ, или «методу», Ф.И. Буслаев называет гейристическою, вторую – историко-догматическою [3, 32].

Ф.И. Буслаев особо выделил мысль о том, что сущность гейристической методы в разговорном, диалогическом изложении. Он подчеркивал универсальность метода, применимого к преподаванию математики, философии и языка отечественного [3, 32].

Но при этом ученый считал, что «в отношении субъективном гейристическая метода и в преподавании отечественного языка требует известных ограничений: малые дети, без запаса наглядного знания и без умения выражаться о чем-либо определенно, не могут с первого раза обучаться гейристически. Поэтому весьма ошибаются те, которые употребляют так называемую сократическую методу в первоначальном преподавании; ученики Сократовы были опытные мужи и взрослые юноши, владевшие языком и многими знаниями» [3, 32].

Идеи Ф.И. Буслаева о значении гейристической (сократической) методы и целесообразности ее применения, а также некоторых условий, зависящих от возраста учащихся, являются своеобразными дидактическими рекомендациями по развитию диалогической речи детей, которые актуальны и в наше время при использовании диалогового метода обучения.

В «Грамматике» Ф.И. Буслаева есть также наблюдения, касающиеся развития логического мышления ребенка при обучении русскому языку. Он утверждал, что язык есть выражение мысли, а поэтому следует начинать с детьми прямо от языка и потом уже переходить к мысли, так как, изучая язык, они изучают и то, что им выражается, то есть мысль. Ф.И. Буслаев отмечал, что для детей логические категории гораздо понятнее в языке, чем в отвлеченных умствованиях. Он писал о логических отношениях грамматических понятий. Все формы суждений и умозаключений и множество иных категорий, по его мнению, выражаются в грамматике формами языка и объясняются во всех видах и отношениях.

Вывод Ф.И. Буслаева таков: не логика предшествует обучению грамматике, а наоборот, грамматика приуготовляет детей к логике [3, 44–45]. Ф.И. Буслаев подчеркивает, что обучение отечественному языку чрезвычайно многоаспектное и сложное развивающее ученика явление: во-первых, это развитие положенного в ребенке дара слова, во-вторых, это руководство ученику в искусстве читать, говорить и писать, в-третьих, это органичное соединение грамматики и языка в обучении чтению, разговору и письму [3, 63–68].

Эти положения необходимо учитывать при развитии диалогической речи учащихся, так как правильное употребление языка важно не только при чтении или письме, но и при разговоре, тем более если он ведется во время учебного диалога в классе.

Говоря о развивающих функциях диалога при коммуникативном обучении, нельзя не отметить размышления Ф.И. Буслаева о развитии нравственных качеств ребенка при изучении отечественного языка:

- посредством языка человек становится членом общества;
- язык возбуждает в нем искру мысли;
- развивающиеся духовные способности ребенка выражаются в слове;
- словом возбуждается и приводится в действие нравственное чувство в человеке;
- высшее раскрытие дара слова становится нравственной целью человека в обществе [3, 380–381].

Другой русский ученый И.А. Бодуэн де Куртенэ в 1904 году в статье «Языкознание» писал о возможности развития умственной деятельности при ведении диалога о языке: «Вообще умственная деятельность по отношению к человеческому языку проявляется в следующих направлениях: 1) просто мышление о лингвистических вопросах, 2) чтение и беседы по этой части и вообще обучение других, и 3) писательская, литературная деятельность» [2, 97].

Изучив труды И.А. Бодуэна де Куртенэ, мы пришли к выводу, что одной из главных наук, развивающих эрудицию школьников, он считал языкознание, а вспомогательными науками языкознания предлагал считать: психологию, социологию, анатомию, физиологию, акустику, механику (действие органов произношения), математику (применяются количественные понятия), антропологию, биологию (биология животных), этнографию, археологию [2, 99].

Основываясь на лингвистическом и педагогическом наследии И.А. Бодуэна де Куртенэ, осмелимся предположить, что развитие лингвистического мышления учащихся он считал одной из главных интеллектуальных задач.

В статье «Значение языка как предмета изучения» он пишет: «...задача школы и обучения вообще состоит в следующем:

с одной стороны, дать известный запас полезных в практическом отношении и интересных сведений и умений,

с другой же стороны, приучить к самостоятельному мышлению, развивая ум как в дедуктивном, так и в индуктивном направлении.

К числу полезных в практической жизни и украшающих голову сведений и умений принадлежат, между прочим: ..., умение грамотно писать и толково выражаться (как устно, так и письменно), некоторое знание литературы и словесности, знание разных языков и т. д.» [2, 129].

Далее ученый пишет: «... на обучение следует прежде всего смотреть как на средство развития ума и приучения его к самостоятельному отношению к действительности.



Изучение должно состоять прежде всего в непосредственном наблюдении существующего и происходящего и в надлежащем освещении действительных фактов путем постепенных отвлечений и обобщений. ...

Сами ученики должны наблюдать, группировать явления, делать обобщения и выводы, а преподаватель играет при этом роль руководителя, роль, по выражению Сократа, акушерки, помогающей мыслям родиться» [2, 135–136].

Мы видим, что само понятие «диалог» не присутствует в рассуждениях И.А. Бодуэна де Куртенэ, но, по нашему мнению, речь идет о развитии диалогической речи учащихся. Не случайно употребляется имя Сократа, мастера диалога. Ничто так не развивает речь ребенка, как умение наблюдать, думать, группировать явления, обсуждать, делать обобщения и выводы, вступать в беседу, рассуждать, вести диалог.

Изучив педагогическую деятельность и труды Л.Н. Толстого, писателя и одновременно учителя Яснополянской школы, создавшего свою методику преподавания, можно утверждать, что основой обучения он считал развитие устной и письменной речи детей [8, 15].

Л.Н. Толстой в своих статьях не употребляет слово «диалог», но основа обучения в его школе была именно диалогическая. Во-первых, он приветствовал вопросы учеников, возбужденные самою жизнью [9, 17]. Во-вторых, утверждал, что для успешного обучения нужно не принуждение, а возбуждение интереса ученика [9, 50]. Л.Н. Толстой заинтересовался опытом лучших школ Германии и Англии, «где успели заимствовать эту прекрасную и лучшую методу. Это, извольте видеть, – искусство заставлять детей думать» [8, 53–54].

Важность такого положения очевидна для развития диалоговых технологий на уроках русского языка. Гарантированный качественный образовательный результат складывается на таких уроках из ежедневных тренировок, упражнений, искусно подобранных вопросов, тем для обсуждения.

Идея диалогового обучения широко представлена и в трудах великого русского педагога К.Д. Ушинского. Он считал, что на уроках учитель должен своими вопросами постоянно заставлять школьников вникать в смысл изучаемого, возбуждать их интерес, активизировать внимание, пробуждать желание вступить в равноправный диалог с учителем [9, 315].

Итак, мы можем сделать вывод о признании формирующих творческое мышление функций диалога учеными и мыслителями двух прошедших столетий. По их мнению, обучение отечественному языку – это многоаспектное, сложное развивающее ученика явление, поэтому совершенствование лингвистического мышления учащихся – одна из главных интеллектуальных задач, которая может быть решена при ведении со школьниками диалога о родном языке.

В начале XXI века, в условиях становления новой системы образования, обусловленного развитием инновационных процессов в педагогической теории



и практики, по-прежнему большое внимание уделяется гуманистическим, личностно-ориентированным подходам, среди которых и диалогическое обучение.

Эта дидактическая традиция развивается и находит все большее применение в современной школе. Ориентиры преподавания при этом направлены в сторону развития педагогической теории и практики за счет поиска и внедрения новых идей и технологий.

Процесс технологизации образовательной деятельности в преподавании русского языка в школе естественен в условиях возрастающего объема информации, мощного развития техники, изменения социальных условий. Однако технологизированный подход к обучению и, в первую очередь, обучению русскому языку как предмету, имеющему в школе особый статус (предмета обучения и средства познания других предметов) оправдан лишь тогда, когда имеет гуманистический, личностно-ориентированный характер.

Анализ состояния методики преподавания русского языка в последние десятилетия позволяет сделать вывод о заинтересованности современной школы в создании диалоговой технологии обучения. Насущная необходимость разработки такой технологии определяется в значительной мере тем, что требования к уроку сегодня значительно отличаются от тех требований, что предъявлялись к уроку несколько десятилетий назад. Задача современной школы состоит не только в том, чтобы дать учащимся ту или иную сумму знаний, но и помочь школьнику в самоопределении и самореализации; развить мышление детей и их речь, активизировать познавательную деятельность, сделать гармоничным и цельным восприятие мира, преобразовать сознание коммуникантов-оппонентов. Реализация идеи диалогового обучения поможет педагогу вывести ученика на новый «уровень отношений с собой и с миром – уровень диалога» [1, 315].

Очевидно, что продуктивная коммуникация возникает на основе эмоционально значимых ценностных представлений учащихся о явлениях окружающего мира, например, осознания языковой картины мира, которая включает русский язык как родной.

Говоря об идее создания и использования диалоговой технологии в курсе языкознания, следует учитывать ряд принципиально важных моментов: создание диалогической среды обучения в целом; изменения в целеполагании; определенное содержание урока, ограниченное рамками смыслового поля диалога (мировоззренческий характер учебного материала при обогащенности его лингвистической информацией); привлечение дополнительных форм, методов и приемов обучения; использование специальных дидактических материалов; «овладение культурой выражения внутреннего во внешнем» [6, 65].

Понятие «педагогическая технология» рассматривается в современной науке по-разному: это и «модель совместной педагогической деятельности по проектированию, организации и проведению учебного процесса», и «со-

338 | вокупность приемов», и «системный метод», и «содержательная техника реализации учебного процесса» и т.д. [7, 215].

Так или иначе, для нас ясным является одно: если говорить о реализации проблемы создания и применения диалоговой технологии на уроках русского языка, то нужно иметь в виду то, что такая технология – это многоаспектное и сложное развивающее ученика явление, которое предполагает четкую логику выстраивания этапов работы в соответствии с конечной целью – формирование личности, свободно ведущей диалог по учебно-научным и мировоззренческим проблемам, личности, мыслящей творчески и критически, способной группировать и анализировать явления, не бояться выходить за рамки общепринятого. Реализация данной цели обеспечивается выполнением определенных условий: прогнозирование результата, определение единицы измерения процесса (в нашем случае – это урок-диалог, на котором выявляется степень сформированности того или иного умения и навыка), диагностика исходного уровня готовности к диалогу, поэтапное обучение с использованием ежеурочных тренировок, упражнений, искусно подобранных тем и вопросов для обсуждения.

### Литература

1. Белова С.В. Диалог – основа профессии педагога. М., 2002.
2. Бодуэн де Куртенэ И.А. Избранные труды по общему языкознанию. Т. 2. М., 1963.
3. Буслаев Ф.И. Преподавание отечественного языка. М., 1992.
4. Кошанский Н.Ф. Общая риторика. СПб., 1829.
5. Обучение русскому языку в школе: учебное пособие для студентов педагогических вузов. М., 2004.
6. Развитие устной и письменной речи учащихся на уроках русского языка в 5–9 и 9–11 классах и подготовка студентов педвузов к работе в школе. М., 1999.
7. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии. М., 1998.
8. Толстой Л.Н. Педагогические статьи. Издание «Посредника» № 932. М., 1911.
9. Ушинский К.Д. Избранные педагогические сочинения в 2-х томах. М., 1974.

*Annotation.* This article tells about the history of dialogue's technology as a method of school's education. This dialogue has its own language specificity that depends on psychological peculiarities of people, taking part in educational situation. Dialogue as a method of school's education develops in XIX–XX centuries.

*Keywords:* dialogue, technology, education, Russian language, teaching.

## ОБРАЩЕНИЕ К ИСТОРИИ КАК РИТОРИЧЕСКИЙ АРГУМЕНТ В РУССКОЙ ПАРЛАМЕНТСКОЙ РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ДЕПУТАТОВ-НАЦИОНАЛИСТОВ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЕ)<sup>14</sup>

*Аннотация.* Проведен анализ использования аргумента к истории в выступлениях депутатов-националистов в дореволюционной Государственной думе. Выявлены наиболее частотные источники исторического аргумента: Петровская эпоха, Смута, Великая французская революция и убийство Александра II. Описан персуазивный потенциал данных доводов. Установлено, что аргумент к истории был одним из средств легитимизации и институционализации радикальных убеждений. Определено место аргумента к истории в типологии риторической аргументации: данный довод в зависимости от вариантов имеет признаки как аргумента к этосу, так и аргумента к пафосу.

*Ключевые слова:* парламентская риторика, риторический аргумент, национализм, персуазивность.

**П**роблемы аргументации в политической речи традиционно привлекают внимание как отечественных [1–5 и др.], так и зарубежных ученых [6, 7]. Риторическая аргументация в политической дискуссии — лучшая иллюстрация знаменитой мысли Аристотеля о том, что дело риторики не убеждать, но в каждом данном случае находить способы убеждения [8: 18]. Действительно, выбор и комбинация риторических средств убеждения могут быть настолько своеобразными, насколько сложна аудитория, их воспринимающая.

Традиционно риторическая аргументация разграничивается с аргументацией логической, хотя и основывается на ней. Новые подходы к публичному общению, распространившиеся в XX веке, в той или иной степени указывают

<sup>14</sup> Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований. Проект № 16-34-01050/17-ОГОН «Риторика русского национализма: воздействие, аргументация, образы (на материале публичных дискуссий начала XX века)».

340 | на «паралогичность», а иногда, как в случае с неориторикой Х. Перельмана, и вовсе на нелогичность аргументации в бытовом, политическом, масс-медийном дискурсе. Записи живой речи демонстрируют сплошной поток «неправильной», искаженной формальной логики, несмотря на то, что воздействующий потенциал высказываний от этого вовсе не страдает. С Античности существует сложившаяся классификация риторических аргументов, в основу которой положен признак их отношения к компоненту речевого акта. «Что касается способов убеждения, доставляемых речью, то их три вида: одни из них находятся в зависимости от характера говорящего, другие — от того или другого настроения слушателя, третьи — от самой речи. Эти последние заключаются в действительном или кажущемся доказывании» [8: 19]. Таким образом, Аристотель заложил имеющуюся на сегодняшний день таксономию риторических аргументов: к этосу, к пафосу, к логосу. К этой же системе присоединяются и так называемые естественные доказательства, которые представляют собой эмпирические факты и показания свидетелей.

Применительно к совещательным речам (к которым по классификации Аристотеля относятся речи политические) актуально деление всех риторических аргументов на две группы: *argumentum ad rem* (доводы к вещи) и *argumentum ad hominem* (доводы к человеку). Аргументы *ad rem* представляют собой доводы, касающиеся сути обсуждаемого вопроса, включают в себя естественные доказательства и аргументы к логосу и могут быть верифицированы слушателями или участниками дискуссии. Аргументы *ad hominem* включают в себя доводы к пафосу, то есть к чувству, к эмоциональной памяти, и доводы к этосу, то есть к моральному облику оратора, к обычаям, нравам. Аргументы к этосу и к пафосу сближает сложность их верификации, так как в основе каждого из них лежат оценочные суждения либо интерпретации.

В русской парламентской дискуссии начала XX обращает на себя внимание важное место в системе персуазивности так называемого «исторического аргумента». Под ним мы понимаем довод к общеизвестным фактам из отечественной и всеобщей истории. Депутаты в дореволюционной Думе активно обращались к событиям из разных периодов, эпох развития различных культур, упоминали известных государственных деятелей, ориентировали аудиторию на исторические документы. Обращение к истории в политическом дискурсе можно рассматривать как знак ориентации [5: 114]: агенты дискурса, выбирая в качестве персуазивного ориентира исторический факт или известную личность, демонстрируют самим фактом обращения близость к определенной политической линии или, наоборот, удаленность от методов решения ряда политических проблем. Поэтому значимыми в процессе анализа исторического аргумента являются следующие факторы: политические взгляды оратора, выбор исторического факта или личности, интерпретация, отношение к тезису.

Довод к историческим фактам, событиям и личностям чаще всего использовался депутатами, которые придерживались крайне правых взглядов.

Даже в первом приближении к стенограммам заседаний Государственной думы становится понятно, что этот тип аргументов являлся ядром системы персуазивности в речах целого ряда депутатов-националистов: Е.Н. Маркова, В.М. Пуришкевича, А.С. Вязигина и других. Националисты активнее всех идентифицировали свои взгляды с поступками ряда русских исторических деятелей, а современность — с некоторыми периодами в истории развития русского общества. Тем самым происходило «присвоение» националистами семантического поля русской истории как типично патриотического дискурса, как средства убеждения, достойного исключительно националиста. В связи с этим вызывает особый интерес ответ на вопрос: какие конкретно факты из истории и какие исторические личности должны были в понимании националистов убедить аудиторию в правоте оратора? Рассмотрим типологию исторического аргумента в выступлениях крайне правых депутатов дореволюционной Государственной думы.

**1. Петровская эпоха и фигура Петра Первого** — это, пожалуй, самый распространенный источник для исторического аргумента в речах депутатов-националистов. На его основе строили свои доводы В.М. Пуришкевич, Н.Е. Марков, А.С. Вязигин, Г.Г. Замысловский и другие ораторы. Образ Петра Первого стал настоящим риторическим топосом для правых радикалов и использовался не только в Думе, но и в неинституциональном дискурсе — на митингах и в воззваниях. Понимание националистами петровских реформ как образца строительства государства представляется парадоксальным, однако у правых радикалов была целая концепция видения петровского времени. Так, идеолог черносотенного движения В.А. Грингмут в своей статье 1903 года «Чему нам учиться у Петра?» высказывался резко против «присвоения» либералами образа российского императора и настаивал на том, что многие черты его личности и характер его правления указывают на близость к консервативному течению: неограниченная самодержавная власть, опора на православную церковь, культ труда, а не праздности, стремление во главе каждого нового дела поставить русского человека [9: 22].

Интересен тот факт, что Петр Великий и его реформы — всегда основа для безусловно положительного довода, который тяготеет к примеру, образцу для подражания. Например, В.М. Пуришкевич для доказательства тезиса о необходимости дополнительного финансирования флота использовал следующий аргумент: *Не хочу долгие останавливаться на этих печальных картинах, — у нас был флот, у нас была сила, у нас были обе руки, о которых говорил в былое время красноречиво Петр Великий, создавая из ботика флот, а сейчас мы остались однорукими. Можем ли мы, господа, в данную минуту отказаться от того, чем жив был не только Петр Великий, но от той мысли, которую лелеяли лучшие русские люди и до него, со времени Ордина-Нащокина? Мне кажется, что всякий из нас, без различия политических взглядов,*

342 | *политических воззрений и убеждений, должен верить, что настанет момент, когда возродится русский флот во всем своем былом величии и вновь наступят времена Истомина, Лазарева, Корнилова, Нахимова, Грейга, Ушакова, и верим мы, господа, что этот момент настанет [10: 1387].*

Однако петровское время и личность императора привлекались как основа для аргумента не только в дискуссиях на тему армии и флота. В ряде случаев Петр Великий интерпретировался как авторитетный источник, причем даже в юридических вопросах, например в дискуссии о свободе совести: *(А.С. Вязигин) Эта точка зрения юристов совершенно поддерживается простыми рассуждениями здравого смысла, и совершенно прав незнакомый с юридической доктриной великий император Петр I, который говорил: «Господь Бог дал власть царям над народами, но над совестью людей властен один Христос» [11: 1376].*

Чаще же всего Петр I мыслился депутатами как безусловный авторитет в вопросах государственного строительства. Интересно, что в речах нескольких ораторов-националистов, особенно в выступлениях Н.Е. Маркова, была продуктивна перечислительная конструкция российских самодержцев — Петр Великий, Елизавета Петровна, Екатерина Великая — как некоей неприкосновенной, своего рода сакральной троицы великих государственных деятелей, заслуги которых в развитии России неоспоримы, как неоспорима и отсылка оратора к ним и к их деятельности. *(Марков) Вы, господа, думаете, что манифест 17 октября сильнее всех этих исторических явлений? Вы думаете, что все это варвары были, что и цари московские, и Петр Великий, и Елизавета Петровна, и Екатерина Великая — все те, кто тщательно воздерживался от допущения в Россию иудеев, что они были малые ребята, которые не пускали евреев в Россию, поступали неразумно? А я вам скажу, господа, что нет, все эти великие монархи были умнее нас с вами и недаром история человечества именует их великими [12: 1559].*

**2. Смутное время.** Довод к Смутному времени чаще всего использовался в качестве параллели с современностью. В доказательство правоты своей точки зрения депутаты приводили действия исторических личностей этого периода русской истории, экстраполируя модели их поведения на модели поведения современников. Эта разновидность исторического аргумента могла быть как негативной, так и позитивной, то есть демонстрировать как антиобразец, так и образец. В любом случае персуазивный смысл аргумента был таков: в Смутное время был X и делал Y, а в наше время есть Z, который также будет / может / способен делать Y.

Типичным примером такой модели является аргумент речи Пуришкевича, произнесенной 19 ноября 1916 года: *В былые годы, в былые столетия Гришка Отрепьев колебал основы русской державы. Гришка Отрепьев воскрес в Гришке Распутине, но этот Гришка, живущий при других условиях, опаснее*

*Гришки Отрепьева... Господа, надо просить Государя, и вы, его верноподанные слуги, вы, призванные исполнять его волю, вы первые ответственные за течение русского государственного корабля, объединенные с нами, туда, в Ставку, Государя просить, да не будет Гришка Распутин руководителем русской внутренней общественной жизни [13: 288].*

**3. Обращение к войне или революции** как типичный вариант исторического аргумента было полифункционально. Чаще всего этот довод использовался в качестве прецедента, который может быть или должен быть моделью поведения в современных оратору обстоятельствах. В речах депутатов-националистов встречается апелляция к самым разным вооруженным конфликтам в истории Европы и России в основном с целью оправдания необходимости жесткой линии по отношению к объекту дискуссии. Особое внимание вызывает тот факт, что данный довод использовался в прениях не только по вопросам международных отношений, но и в дискуссиях о правах национальных меньшинств: финнов, евреев, поляков. Модель аргумента в этих случаях выглядит следующим образом: «государство X когда-то применило насилие к нации Y, следовательно, Россия имеет право на такие же действия». (Марков)... *Надо в законодательном порядке поступать так, как поступала Великобритания с Ирландией. Вам известно, что в Ирландии из 10 миллионов жителей едва ли осталось 4 миллиона, и это сделали с населением коренным, с населением, которое всегда жило в Ирландии, что, конечно, совершенно несправедливо. Это было сделано в стране конституционной, в стране, где конституция существует более 700 лет, в стране первой по конституционным добродетелям. Так поступила Англия с тем народом, который она признавала для себя «вредным» [12: 1568].*

Довод же к революции в выступлениях правых депутатов всегда был негативным аргументом, то есть антиобразцом. В отличие от левых или кадетов упоминание о революции не носило в их речах характер устрашения. Доминировало рассмотрение негативных результатов Великой французской революции. (Марков) *Многие из вас, сами того не подозревая, подражают тем, скажу, наивным революционерам великой иудейской революции, ложно называемой Великой французской революцией, которые... в своей наивности дошли до того, что стали даже летоисчисление считать не так, как все христианские народы до сих пор считают — не со дня Рождества Христова, а со дня учреждения своей республики. Вместо июля, декабря, сентября появились термидоры, фруктидоры и т.д.... Очень недолго существовало революционное летоисчисление, очень скоро Наполеон отлучил этих наивных людей от всех их заблуждений и показал, что есть настоящая государственная власть [12: 1556].*

**4. Убийство Александра II** как исторически значимый концепт за редким исключением встречается только в системе аргументации думских националистов. По-видимому, с точки зрения правых ораторов, мотив царевубийства



344 | террористами, пролития царской крови был крайне сильным аргументом, который обладал еще и сакральным смыслом. Он встречается в дискуссиях лишь на самые болезненные для российской общественности начала XX века темы: амнистия политических заключенных, отмена военно-полевых судов и дело Бейлиса. Речи с использованием данного довода носили откровенно агрессивный характер и вызывали, судя по стенограммам заседаний Думы, бурную реакцию слушателей. Практически в каждом подобном выступлении прослеживается мысль об отмщении цареубийцам. *(Марков) Трех убитых якобы нами вы начисляете в своем лагере — и это прошу вас запомнить. Но почему же вы не говорите, господа, о том, кого убили 30 лет тому назад в этот ужасный день 1 марта? Почему об этом убийстве вы не вспоминаете? Вспоминаете о каких-то Караваевых, Иоллосах, Герценштейнах, а об убийстве в бозе почивающего Императора Самодержца Всероссийского Александра II забываете? Вот о ком надлежало бы вспомнить в этот день 1 марта, а никак не о Караваеве. Я вам об нем напомню. Вы рассказываете нам побасенки, а я вам сообщу историю этого дня [12.: 3232].*

В данной статье проанализированы лишь самые распространенные варианты исторического аргумента. Огромный массив стенограмм дореволюционной Государственной думы отражает все разнообразие и богатство функционирования довода к истории в парламентской риторике. Основоположниками использования исторического аргумента в парламентской речи следует считать правых депутатов-националистов, что доказывается еще и тем фактом, что, например, в I Государственной думе, где крайне правые не были представлены полноценной фракцией, апелляция к историческим событиям в целях убеждения аудитории встречается гораздо реже, чем в III и IV думах. Депутаты-националисты, обращаясь к петровскому времени, Смуте, Великой французской революции и убийству Александра II, активно искали параллели с современностью, пытались при помощи фактов истории объяснять и прогнозировать политический процесс начала XX века. Однако главный смысл приведения данных доводов — легитимизация и институционализация своих радикальных взглядов через «присваивание» великих событий и личностей, попытка вывести генезис русского национализма из русской истории.

Типология исторического аргумента неоднозначна. Раз речь в этих доводах идет об общеизвестных фактах, то их можно было бы отнести к так называемым естественным аргументам по терминологии Аристотеля. Однако сам произвольный выбор исторических параллелей и функционирование доводов к истории в думской дискуссии говорят о том, что мы имеем дело с аргументами к этосу (модель «так сложилось, так делали наши великие предки, поэтому и мы должны делать так»), а в ряде случаев и к пафосу (модель «это вызывает у оратора ужас, поэтому это плохо», «это вызывает у оратора радость, поэтому это хорошо»).



**Литература**

1. Волков А.А. Основы риторики / А.А. Волков. М.: Академический проект, 2003. 253 с.
2. Китайгородская М.В, Розанова Н.Н. Современная политическая коммуникация / Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. М.: Языки славянской культуры, 2003. С. 151–240.
3. Хаззагеров Г.Г. Политическая риторика / Г.Г. Хаззагеров. М.: Никколо-Медиа, 2002. 313 с.
4. Чудинов А.П. Политическая лингвистика / А.П. Чудинов. М.: Флинта. Наука, 2006. 320 с.
5. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. М.: Гнозис, 2004. 326 с.
6. Dijk T.A.v. Studies in the pragmatics of discourse / T.A. v. Dijk. – The Hague etc.: Mouton, 1981. 285 p.
7. Perelman, C. and Olbrechts-Tyteca, L. The new rhetoric: A treatise on argumentation / C. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1969. 340 p.

**Источники**

8. Аристотель. Риторика // Античные риторики / А.А. Тахо-Годи. М.: Изд-во Московского университета, 1978. С. 15–166.
9. Грингмут В.А. Объединяйтесь, люди русские! / О. Платонов. М.: Институт русской цивилизации, 2008. 544 с.
10. Государственная дума Российской империи. Стенографические отчеты. Третий созыв. Сессия I. СПб, 1908. 4895 с.
11. Государственная дума Российской империи. Стенографические отчеты. Третий созыв. Сессия II. СПб, 1909. 3268 с.
12. Государственная дума Российской империи. Стенографические отчеты. Третий созыв. Сессия IV. СПб, 1911. 4618 с.
13. Государственная дума Российской империи. Стенографические отчеты. Четвертый созыв. Сессия V. СПб, 1916. 4278 с.

*S. A. Gromyko*

**APPEAL TO HISTORY AS A RHETORICAL ARGUMENT IN RUSSIAN PARLIAMENTARY SPEECH (ON THE MATERIAL OF THE SPEECHES OF DEPUTIES NATIONALISTS IN THE PRE-REVOLUTIONARY STATE DUMA)**

*Annotation.* The use of the argument to history in the speeches of nationalist deputies in the pre-revolutionary State Duma is analyzed. Revealed the most frequent sources of historical argument: Peter the Great, Smuta, the Great French Revolution and the murder of Alexander II. The persuasive potential of these arguments is described. It has been established that the argument for history was one of the means of legitimizing and institutionalizing radical convictions. The place of the argument to history in the typology of rhetorical argumentation has been determined: this argument, depending on the options, has features of both the argument to ethos and the argument to pathos.

*Keywords:* parliamentary rhetoric, rhetorical argument, nationalism, persuasiveness.

## ОБУЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ РЕЧИ СТУДЕНТОВ-НЕФИЛОЛОГОВ В РАМКАХ КУРСА «РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ»

*Аннотация.* Статья посвящена анализу информационной речи в практике обучения студентов как устной, так и письменной речи. Исследуются особенности учебной информационной речи как одного из самых сложных видов публичных выступлений, требующих тщательной и систематической работы. Разработан алгоритм подготовки к информационному выступлению в студенческой аудитории.

*Ключевые слова:* информация, информационный, информативный, информационное выступление, речь.

Информационная речь является достаточно сложным видом публичных выступлений по причине ряда характерных особенностей, присущих этому жанру. Одним из важнейших особенностей информационной речи можно выделить признак, вытекающий из самого определения «информационный», а именно: информативность, то есть насыщенность текста важнейшей и актуальной для слушателей информацией. Ср.: Информационный ‘Относящийся к информации’ (СРЯ)<sup>15</sup>; Информативный ‘Несущий информацию, насыщенный информацией’ (СРЯ), ‘Насыщенный информацией, хорошо информирующий’ (ТСРЯ)<sup>16</sup>. Таким образом, сопоставляемые прилагательные имеют общий компонент ‘несущий, предоставляющий информацию’, но, по сути, второе определение приобретает более узкое значение посредством указания на степень насыщенности информацией, которой обладает текст любого содержания независимо от раскрываемых в нем проблем (научных, общественно-политических, социально-культурных и т.д.). Следовательно, паронимы *информационный* и *информативный* находятся в разных смысловых плоскостях, по-разному интерпретируя подходы к понятию «информация». Так, «паронимические сочетания возможны с широким кругом

<sup>15</sup> Здесь и далее используются дефиниции, заимствованные из «Словаря русского языка» под ред. А.П. Евгеньевой (М., 1999).

<sup>16</sup> Словарная дефиниция заимствована из «Толкового словаря русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (М, 2006).

существительных, например: *информативный текст* – текст, насыщенный информацией, богатый по содержанию (антоним: пустой, бессодержательный текст); *информационный текст* – текст, содержащий какую-л. информацию» [2: 231]. Отсюда следует, что коммуникативное высказывание выступающего (оратора) должно быть прежде всего информативным, способным пробудить интерес к самому предмету речи.

Эту мысль подчеркивают и авторы учебника «Основы риторики» под ред. А.М. Руденко: «Целью информационного выступления является передача данных о каком-либо предмете и его специфике интересным способом для слушателей. Для любого оратора наивысшей похвалой от слушателя после проведенного информационного выступления является фраза «Было интересно!» [5: 263]. Но, по утверждению самих студентов нефилологических специальностей, подготовить, а главное, произнести информационную речь перед аудиторией, сделав ее действительно нетривиальной, затрагивающей интересы и потребности самих слушателей зачастую бывает очень сложно. Почему? На этот вопрос попыталась ответить О.Б. Акимова, исследовавшая особенности учебной речи студентов на занятиях. Так, ею был проведен опрос студентов и магистрантов одного из российских вузов, в результате которого были получены данные о факторах, влияющих на качество подготовки студентов к произнесению информационной речи перед аудиторией.

Согласно О.Б. Акимовой, студенты в числе основных причин возникающих перед ними трудностей назвали следующие: а) вид аудиторного занятия, на котором требуется проявление речемыслительной самостоятельности студента: практическое или семинарское занятие; подготовка докладов, сообщений на заданную тему (исследовательских, развернутых или с кратким ответом); защита реферата; задания на обобщение изученного учебного материала; б) отсутствие практического опыта публичного выступления и боязнь аудитории, доходящая до неконтролируемого страха перед ней; в) состав аудитории, перед которой студент должен выступать (студенческая / преподавательская / разноуровневая); г) личные особенности преподавателя (слишком требовательный, резко реагирует на допущенные студентом речевые / грамматические, акцентологические или произносительные ошибки, допускает некорректные шутки и др.); д) личные особенности выступающего студента: неуверенность в собственных знаниях, что связано в целом с некачественной подготовкой к выступлению, неумение структурировать высказывание, связанное зачастую с отсутствием плана и др. [1: 137].

С выводами исследователя, на наш взгляд, следует согласиться, поскольку все они в должной мере отражают само отношение студентов к необходимости подготовить развернутое высказывание на тему, заданную преподавателем, представив его перед аудиторией в законченном и логически структурированном виде. Такая работа действительно вызывает серьезные затруднения

348 | особенно у студентов творческих специальностей (будущих музыкантов, художников, дизайнеров) по причине их недостаточной способности к четким формулировкам определений, объяснению специфики использования и применения на практике профессиональных понятий, к обобщению той информации, с которой студент работал и которую необходимо затем донести до слушателей, причем доступно и нешаблонно.

Так, например, исходя из собственной преподавательской деятельности в рамках курса «Речевые практики», отметим, что студенты-художники, например, очень эмоциональны, ранимы, по их собственным уверениям, боясь задаваемых вопросов по теме выступления, стараются выучить подготовленный текст наизусть, не подкрепляя при этом его примерами, понятными аудитории, не приводя весомых доказательств в защиту своей позиции. Они часто не могут сформулировать заключительную часть, которая является финалом всего информационного выступления и поэтому должна быть по-настоящему запоминающейся. К сожалению, отдельные студенты стремятся формально подготовить доклад или реферативное сообщение, объясняя такой подход обычным дефицитом времени. В результате получается некий «продукт», не имеющий никакого отношения к реальной подготовке к информационному выступлению. Без сомнения, «материал, «навязанный извне», не пропущенный через собственное сознание и понимание, ничего не может дать человеку, прочитавшему его аудитории» [4: 391]. Более того, сама аудитория не способна воспринять такое безликое сообщение, которое в конечном итоге будет обречено на провал.

Вслед за вышеуказанными авторами учебника для вузов «Русский язык и культура речи» мы согласимся с тем, что настоящее информационное выступление требует тщательной и систематической работы. В таком случае наградой равнодушному, вдумчивому студенту будет живая и заинтересованная реакция аудитории, корректные, способствующие дальнейшему обсуждению темы вопросы, благодарные отклики слушателей по окончании выступления.

В свою очередь подчеркнем, что «высокие требования к учебно-научной речи студентов в процессе всего обучения будут способствовать активизации работы студентов над пониманием учебного материала и, как следствие, продуктом понимания – мыслью, а также четкостью, ясностью, логичностью смысловых описательных и аргументативных текстов» [6: 149]. На наш взгляд, для выработки четких и ясных формулировок высказываемых мыслей необходимо, в первую очередь, предложить студентам разные темы, имеющие профессиональную направленность и, соответственно, более актуальные для самих обучающихся. Студенты с самого начала должны быть заинтересованы не только в работе непосредственно над темой исследования, но и в передаче аудитории необходимых сведений,

полученных в результате предварительного анализа информации и ее систематизации. Важнейшим навыком, который приобретает студент в процессе подготовки информационного выступления, является «умение дозировать информацию и адаптировать ее с учетом культурного, образовательного и профессионального уровня слушателей» [3: 131]. В свою очередь выступающий должен осознавать, что оформленный в письменном виде монологический текст следует адаптировать к студенческой аудитории, трансформировав его в некое подобие диалога, включив в высказывание вопросы, адресованные как самому себе, так и слушателям. Часто именно подобные вопросы или сама тема доклада (сообщения), сформулированная в виде риторического вопроса, привлекают внимание аудитории и психологически настраивают ее к восприятию информации. Причем вопросы не должны носить формального характера («вопросы ради вопросов»), а саму формулировку темы могут предварять небольшие отступления (краткие истории, высказывания известных аудитории личностей: ученых, писателей, кинематографистов политиков и т.д.). Вообще работу над созданием информационных выступлений целесообразно начать с небольших сообщений, напоминающих развернутые ответы, темы которых вызывают живой отклик у студентов и желание высказать свое видение ситуации (темы, связанные с образованием, психологией личности, процессами общения в официальной и/или неофициальной ситуации; направленные на выработку профессиональных компетенций студентов в зависимости от выбранной ими специализации).

На следующем этапе работы над информационным выступлением преподавателю необходимо познакомить студентов с алгоритмом, позволяющим четко и последовательно осуществлять подготовку к произнесению речи перед аудиторией. Алгоритмизированный подход при исследовании темы предстоящего выступления поможет структурировать работу студента и будет способствовать избавлению от неконтролируемого страха во время самого выступления, о чем высказываются многие студенты. Итак, сам алгоритм подготовки к информационному выступлению должен включать в себя следующие этапы:

Выбор темы, продумывание ее формулировки (лучше в виде вопроса, некоторого побуждения или перифразы). Ср.: *Гений театральной декорации: кто он?* (о творчестве А. Головина); *Прикоснемся к истокам творчества В.И. Сурикова*; *Первый романтик русской живописи* (о художнике О. Кипренском). Изначально настраивает на диалог со слушателями.



Подбор и изучение литературы по теме доклада (сообщения).  
Позволяет дозировать информацию.



Самостоятельная формулировка вопросов к авторам учебных, научных/научно-популярных текстов. Активизирует мышление и дает возможность более глубоко вникнуть в суть разрабатываемой темы.



Составление плана. В план вводятся ключевые слова, опорные фразы, позволяющие выразить основную мысль высказывания. Способствует выстраиванию четкой структуры предстоящего выступления, служит неотъемлемым компонентом его систематизации.



Написание текста речи с включением в него важных примеров, подобранных из различных источников; афоризмов, цитат, на полях – кратких комментариев и добавлений. Способствует лучшему запоминанию текста выступления, а также конкретизирует внимание студента как на ключевых этапах работы, так и на деталях.



Представление уже написанного текста в виде графической схемы/таблицы. Позволяет «научиться переформулировать правила и определения, содержащиеся в тексте, делать выводы и обобщения не только по тексту, но и самостоятельно» [4: 87].



Работа над запоминанием подготовленного информационного текста. Способствует возникновению осознанного стремления донести изученную студентом информацию до слушателей, соотнося ее с интересами и потребностями аудитории. Работа над голосовым аппаратом, помогающая грамотно расставить логические и интонационные акценты в представляемом тексте.

Конечно, настоящее мастерство публичного выступления, в частности информационного, приходит с опытом. Поэтому вполне естественно, что студенты, не владея в достаточной степени основами ораторского искусства, зачастую недооценивают свои возможности, поскольку просто не могут оперировать «психологически целесообразными и риторически эффективными речевыми приемами и тактиками» [3: 134]. В связи с этим курс «Речевые практики», являющийся первой ступенью для обучающихся в овладении навыками межличностной, межкультурной и массовой коммуникации, поможет реализовать ораторский потенциал студентов-нефилологов в полной мере.

### Литература

1. Акимова О.Б. Заметки об учебной речи студентов // Научный диалог. № 3(27). 2014. С. 137.
2. Бельчиков Ю.А., Панюшева М.С. Словарь паронимов современного русского языка. – М.: Русский язык, 1994. – С. 231.
3. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. М: ИНФРА-М, 2014. 131 с.

4. Ипполитова Н.А., Князева О.Ю., Савова М.Р. Русский язык и культура речи. – М.: Проспект, 2009. – С. 87–391.
5. Руденко А.М. Основы риторики. – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – С. 263.
6. Черепанова А.Л. Учебно-научная речь студентов как вид профессиональной коммуникации // Современные проблемы лингвистики, теории и практики преподавания иностранных языков. Вып. 7. М.: МАКС Пресс, 2009. С. 149.

*O.V. Gryzina*

**TRAINING OF INFORMATION SPEECH OF NEFLOLOGIST  
STUDENTS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE «SPEECH  
PRACTICES» COURSE**

*Annotation.* The article is devoted to the analysis of informational speech in the practice of teaching students both oral and written speech. We study the features of educational information speech as one of the most difficult types of public speaking, requiring careful and systematic work. An algorithm for preparing for the information performance in the student audience has been developed.

*Keywords:* information, informational, informative, informational performance, speech.

## **РИТОРИЧЕСКИЙ ДИСКУРС ОБРАЗОВАНИЯ И КУЛЬТУРЫ**

*Аннотация.* Статья посвящена проблеме формирования научных представлений и практических навыков развертывания гуманитарных смыслов в устной речи с целью распространения и актуализации информации о современных процессах в образовании и их адекватной интерпретации.

*Ключевые слова:* риторика, устная речь, дискурс, интуиция, образование, культура, ценности, нормы, трансляция, коммуникация, репрезентация, рецепция, перцепция, адаптация, социализация, риторизация.

Уровень обыденного мышления допускает и даже, отождествляет понятия «дискурса» и «дискуссии». В научном представлении дискурс является процессом языковой деятельности и происходит от фр. *discours*, от лат. *discursus* — рассуждение, довод), а шире — текст, речь, выступление, языковая деятельность, речевая деятельность. «За пределами же науки и искусства речь об абстракциях (в частности, речь о дискурсе) – роскошь» [2: 86].

Философия риторики, учитывая логические основания и универсальность устной речи, предполагает классическое дискурсивное мышление интуитивной составляющей последовательного развертывания высказывания в коммуникативном пространстве. Фома Аквинский рассматривал возможности дискурса в качестве взаимообогащения партнеров по общению. Интерес к сущности дискурсивного мышления возникает в процессе выхода за пределы лингвистики и активного продвижения риторических технологий на этапе бурного обсуждения вопросов современного образования и современной культуры.

В греческом понимании риторика – наука об ораторском искусстве, а шире — о художественной прозе вообще. В 19 в. учение о словесном выражении вылилось в поэтику, и стало частью теории литературы под названием стилистики. За последние годы риторика ощутила на себе ряд воздействий – от полного отрицания до признания со стороны политических деятелей и необходимости изучения ее широкими слоями общественности с использованием достижений риторики в бизнесе на уровне эффективной речевой коммуникации. В начале 90-х годов прошлого века риторикой увле-



клись даже чиновники, потом почувствовали угрозу своему статусу, в конце 2000-х – был решен вопрос о включении в государственный образовательный стандарт на уровне федерального компонента учебной дисциплины «русский язык и культура речи», некоего подобия риторики. В учебном плане подготовки юристов сохраняется учебная дисциплина под названием «Риторика для юристов», однако там не определено содержание юридической риторики. Основное внимание сосредоточено на судебной риторике как основном способе достижения победы в споре, в судебном состязании с опорой на Сократа: «В споре рождается истина». Нельзя с этим согласиться по причине того, что в споре рождается лишь конфликт. Риторике пытаются возвратиться к эристике, как технологии жесткого метода ведения переговоров. Пожалуй, лишь в научных кругах остался интерес к риторике. Да и то, риторика как наука об устной речи, сегодня по-прежнему недооценена. К риторике относят даже ведение деловой документации. Такое широкое ее понимание лишь размывает сам предмет, и затрудняет формирование как риторической культуры отдельной личности, так и общества в целом. Дискурсивный подход к риторике дает возможность подтвердить определение риторики, как науки об устной, публичной, прилюдно порождаемой речи.

Устная речь представляется для человека особенно трудной, даже по сравнению с письмом. В письме трудно установить авторство. Научившись составлять фразы из фрагментов чужих текстов, можно овладеть технологией письма. Развивая память и достигнув в зубрежке совершенства, можно перенести навыки письма на говорение, и говорить, таким образом, письменной речью. Все это, конечно, относится к тем случаям, когда осуществляется не просто чтение вслух, а устное изложение ранее приобретенных знаний, применение их в соответствующей обстановке, в нужном месте и в нужное время.

Если речь предназначена другому человеку, которого видишь и слышишь, используется устная форма. Подлинная устная речь создается в момент говорения. Устная речь (если это не чтение вслух или наизусть) — это обязательно импровизация. Она создается на ходу, в процессе акта коммуникации. Поэтому основным признаком устной речи является ее неподготовленность, дискурсивность. Неподготовленная речь порождается одновременно с ее произнесением. Как и подготовленная речь, она строится по законам языка, но использует их специфически. В публичных выступлениях, в разговорах широко используются готовые клише разного рода, вставляемые в речь-импровизацию. По определению В.Г. Костомарова, устная речь — это речь говоримая, а это предполагает наличие собеседника, словесную импровизацию, которая всегда проявляется в процессе говорения и зависит от степени подготовленности к высказыванию, от характера последнего и т. д. [3].

Устная (говоримая) речь рассчитана на смысловое восприятие собеседником произносимой речи, создаваемой в момент говорения. Поскольку устной

354 речи свойственна (в большей или меньшей степени) словесная импровизация и часто неподготовленность, то, в зависимости от различных обстоятельств и речевого опыта говорящего, устная речь может быть гладкой, плавной, более или менее прерывистой. Взаимопонимание становится возможным вследствие соответствия скорости устной речи и умственной деятельности слушающего. Различие между скоростью речи и умственной деятельностью может стать причиной невнимания, особенно в случаях, когда говорят медленно, без учета доступности лексики или неинтересно, в высоком темпе, и информацию слушатели не успевают осмысливать.

Риторический дискурс как реализация замысла высказывания в осмысленном коммуникативном высказывании предполагает свернутый процесс порождения и формирования устной речи в соответствии с последовательной репрезентативностью возникающих чувств, эмоций и образов. Репрезентация предполагает определенную частотность использования лексического материала в целях определения дефиниций и понятий, их идентификации, фиксации в высказывании, письменном тексте, научной литературе и последующей согласованности в научной интерпретации. Таким образом осуществляется формирование социально-гуманитарных и профессиональных компетенций. Специализация и профессиональная ориентация обеспечивают формирование прикладных компетенций посредством многократного повторения элементов современного социально-научного знания и предполагают освоение лексиконом и семантиконом гуманитарных наук с целью свободного овладения логикой понятийного мышления. В современной науке область образного мышления ограничена прагматиконом исследователя. Язык современной науки является областью свободы слова в пределах программы исследования, аргументации и образовательной программы. Процесс фиксации социально-научного знания в учебном дискурсе и последовательное распространение знаний с целью формирования социально-научных компетентностей обеспечивает риторизация. В устной речи основное внимание уделяется содержанию. Размышляя о расположении материала, большинство говорящих думает, в первую очередь, о том, как вызвать интерес, удержать внимание партнера по общению. Проблема психологическая в данной ситуации не отделяется от проблем логических (последовательность аргументации, сохранение тезиса и привязка к нему всего материала). Дискурс осуществляется с использованием ярких и образных выразительных средств. Формирование сложного навыка устной речи происходит одновременно с продуцированием устной речи в процессе коммуникации. Использование старого знания в новых коммуникативных ситуациях способствует социализации личности и совершенствованию ее риторической компетентности [1].

**Литература:**

1. Абульханова К. А. Современная личность: Психологические исследования. М.: ИП РАН, 2012.
2. Демьянков В. З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка // IV Международная научная конференция «Язык, культура, общество». Москва, 27—30 сентября 2007г.: Пленарные доклады. М.: Московский институт иностранных языков; Вопросы филологии, 2007. С. 86–95.
3. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1999.

*Ch. Daletckiy***RHETORICAL DISCOURSE OF EDUCATION AND CULTURE**

*Annotation.* The article is devoted to the problem of formation of scientific ideas and practical skills of deployment of humanitarian meanings in oral speech in order to disseminate and update information about modern processes in education and their adequate interpretation.

*Keywords:* rhetoric, oral speech, discourse, intuition, education, culture, values, norms, translation, communication, representation, reception, perception, adaptation, socialization, rhetoric.

## ОБРАЗ РОССИЙСКОЙ КОСМОНАВТИКИ В СЕРИАЛЕ «ТЕОРИЯ БОЛЬШОГО ВЗРЫВА»

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению вербальных компонентов построения образа российской космонавтики в сериале «Теория большого взрыва». Для анализа автор использует общенаучные методы анализа и синтеза, дискурсивный анализ текста, а также структурно-семантический анализ фактического материала, отобранного методом сплошной выборки.

*Ключевые слова:* телевидение, сериалы, образ страны, прецедентный текст, дискурс.

Телевидение на современном этапе является неотъемлемой частью популярной культуры. Одним из феноменов современного телевидения являются сериалы – художественные кинопроизведения, состоящие из отдельных, последовательных эпизодов, обычно связанных общими героями и/или общей темой. Особенность сериалов заключается в том, что они могут довольно быстро обрабатывать факты современной реальности и реагировать на изменения в обществе. Таким образом, телесериалы могут транслировать современные ценности, модели поведения, а также являются эффективным средством построения как невербальных, так и вербальных образов. Показывая современные события, сериалы с одной стороны отражают стереотипы бытующие в обществе, с другой стороны укрепляют в сознании уже сложившиеся. Таким образом, даже в эпоху глобализации, когда население может легко получать информацию и путешествовать лично, многие факты мы получаем опосредованно – через различные каналы связи. Главным отличием сериалов от газет является сфокусированность последних на новизне и сенсационности сообщения, тогда как сериалам достаточно темы события. Следовательно, «образ, создаваемый у человека на основании медиатекстов, будет изначально фрагментарным» [2]. Тогда как сериал может воздействовать на реципиента при помощи художественного образа, который не поддается критическому анализу со стороны зрителя.

Материалом для исследования послужил комедийный сериал «Теория большого взрыва». Специфика этого сериала заключается в том, что он изображает жизнь молодых ученых, так называемых «ботаников». В сериале звучит много отсылок к именам великих ученых и исследователей. Не обошли стороной авторы и тему российской науки, в частности космонавтики. Тема космоса традиционно ассоциируется с Россией и Советским Союзом.

Один из главных героев сериала вылетает с космической базы в Казахстане на российском корабле «Союз».

Следующий диалог происходит после того как герою сообщили о том, что он не летит в космос, потому что капсула «Союз» сломалась.

*Leonard: When was the last time you were at Best Buy and you heard someone say, ooh, check out this Blu-ray player, it must be good, it was built in Russia?*

*Howard: Well, their technology isn't that bad.*

*Raj: When you come back to Earth in a Soyuz capsule, you free-fall from space at 500 miles per hour, and the only thing that slows you down is a little parachute that pops out right before you crash into the ground. And the whole thing was designed by the same brilliant minds who were unable to capture Rocky and Bullwinkle.*

*Howard: All right, well, whatever. I wasn't worried.*

*Raj: You weren't? (S5e23)*

В данном примере герои иронизируют относительно российских технологий: *When was the last time you were at Best Buy and you heard someone say, ooh, check out this Blu-ray player, it must be good, it was built in Russia.* (Когда ты в последний раз, заходя в Best Buy, слышал, чтобы кто-нибудь говорил: ого, смотри этот Blue-ray должно быть хорош, раз сделан в России (здесь и далее перевод автора статьи). При этом один из них ссылается на нечто не столь существенное – Blu-ray проигрыватель и переносит его качества на такой серьезный объект, как капсула Союз. Такое имплицитное сравнение формирует у зрителя понимание, что если он не может доверять проигрывателю, сделанному в России, как он может доверять более высоким технологиям. Подобный настрой поддерживает антитеза: *brilliant minds who were unable to capture Rocky and Bullwinkle* (блестящие умы, которые не смогли поймать Рокки и Буллвинкля). С одной стороны, герой лестно отзывается о российских ученых, используя слово *brilliant*, но вторая часть *were unable to capture Rocky and Bullwinkle* меняет коннотацию слова, сводя его к уничижению.

Здесь также отметим, что для более колоритного сравнения, герой использует прецедентные имена: Рокки и Буллвинкль из мультфильма «Приключения Рокки и Буллвинкля». Для полного осознания указанного сравнения необходимо пояснить, что в этом мультфильме действуют «русские» шпионы Наташа и Борис, которым из серии в серию не удается поймать главных персонажей.

Использование интертекста помогает сделать речь более богатой на внутренние смыслы, и, как отмечает Н.А. Кузьмина, «выступает как языковая форма стереотипа» [1: 222]. Зритель же «интерпретирует речь, опираясь на явные и скрытые смыслы, и испытывает интеллектуальное, эмоциональное и эстетическое воздействие» [4].

*Mrs Wolowitz (off): I knew it. I knew she was behind this. You listen to me, if you want to be a man you can't let a woman tell you what to do.*

*Howard: Okay, okay.*

*Dimitri: Oy. I can't believe these people won the Cold War. (S6 e1)*

Данный пример также отсылает зрителя к прецедентной ситуации – холодной войне. *He могу поверить, что эти люди выиграли холодную войну, комментирует ситуацию российский космонавт.* Интересно, что для русского зрителя такая формулировка звучит не совсем корректно, тогда как в сознании американского зрителя вполне привычно.

В другом примере герои вновь прибегают к отсылке на прецедентную ситуацию, аварию на Чернобыльской АЭС, в этот раз, чтобы прокомментировать безопасность полета:

*Bernadette: Are those Russian rockets safe?*

*Howard: Well, I mean, safe as it can be when it was built by the good folks who brought you Chernobyl. (S5 e5)*

Следующие замечание звучит, когда друзья героя наблюдают за стартом:

*Sheldon: Remarkable. In just under a half hour, 200 metric tons of fuel will ignite in a controlled explosion right beneath Howard's keister. And all from a country whose entire contribution to the global economy, has been Tetris and mail-order brides (S5 e24).*

В этом примере вновь звучит антитеза, с одной стороны главный герой начинает речь со слова remarkable (невероятно), но заканчивает свою мысль, проговаривая, *country whose entire contribution to the global economy, has been Tetris and mail-order brides* (страна, весь вклад которой в мировую экономику – тетрис и жены по каталогу). Практически поэтическое начало нивелируется последними словами, формируя с одной стороны, комичность высказывания героя, с другой – показывая стереотипное восприятие образа нашего государства в сознании американских зрителей. Гипербола *entire* только усиливает контраст.

Другим источником комментариев героев является неисправность работы оборудования или неполадки техники.

1) *Roger: That's great, uh, but that's not why I called. We've run into a bit of a snafu. Your Soyuz capsule failed the pressurization test, so bottom line, mission's been scrubbed. (s5 e23)*

2) *Dimitri (in Russian): Mission Control, say again, how fast is it leaking?*

*Howard: Leaking? What's leaking?*

*Dimitri: Fuel. Shh.*

*Mission Control (in Russian): Not bad. We feel okay to go.*

*Dimitri (in Russian): Okay, thanks Mission Control.*

*Howard: There's fuel leaking and we're still going to go?*

*Mike: Don't lose your Froot Loops, Froot Loops.*

*Dimitri: This happens a lot. Nine times out of ten, no problem.*

*Howard: What happens on the tenth time?*

*Dimitri: Problem. (S5 e24)*

Негативное поле в этих примерах создается при помощи слов failed (зд. не смогла), leaking fuel (вытекающие топливо), this happens a lot (это часто случается), problem (проблема). Интересно отметить, что эти выражения встречаются на протяжении нескольких серий, а главный герой в итоге летит с другой миссией, но проблема неисправности все равно остается. Таким образом, у зрителя складывается ощущение того, что технологии России не совсем надежны и могут быть проблемными.

Каждый из приведенных выше примеров транслирует негативное мнение героев о технических достижениях страны в области космонавтики. Герои используют целый ряд художественных средств для более яркого отображения ситуации, например, использование иронии, гиперболы, антитезы. Также они часто прибегают к использованию прецедентности, ссылаясь на известные имена и события, тем самым вовлекая зрителя в интеллектуальное и эмоциональное сопереживание.

### **Литература**

1. Кузина Н.А. Интертекст: тема с вариациями. Феномены языка и культуры в интертекстуальной интерпретации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 272с.

2. Кузина О.А. Актуализация образа государства в медиадискурсе (на примере англоязычных СМИ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 7–1 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualizatsiya-obraza-gosudarstva-v-mediadiskurse-na-primere-angloyazychnyh-smi> (дата обращения: 27.11.2018).

3. Попова Л. О., Ромах О. В. Феномен телевизионных сериалов в современной массовой культуре // Аналитика культурологии. 2008. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-televizionnyh-serialov-v-sovremennoy-massovoy-kulture-1> (дата обращения: 31.10.2018).

4. Прокофьев Г. В. Категория интердискурсивности как средство организации медиадискурса // Вестник ТГПУ. 2013. № 5 (133). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-interdiskursivnosti-kak-sredstvo-organizatsii-mediadiskursa> (дата обращения: 29.11.2018).

*Dmitrova Ann*

### **THE IMAGE OF RUSSIAN COSMONAUTICS IN «THE BIG BANG THEORY»**

*Annotation.* The article deals with the verbal components that help to construct the image of the Russian cosmonautics in the TV series “The Big Bang Theory”. The author uses the general scientific methods of analysis and synthesis, discourse analysis of the text, as well as structural and semantic analysis of the actual material selected by the method of continuous sampling.

*Keywords:* television, TV series, image of the country, precedent text, discourse.

## ЭССЕ: ЖАНР, КОТОРЫЙ УЧИТ ОБЩАТЬСЯ

*Аннотация.* В статье рассматривается эссе как один из динамично развивающихся видов письменно-речевых высказываний. Представлены методические рекомендации для написания грамотного интересного эссе. Обращается внимание на активный, деятельный характер жанра: текст эссе обязательно порождает вторичный текст. Секрет долголетия жанра в уникальных свойствах, позволяющих установить связь между автором и читателем. Обучение эссе формирует навык умного словесного общения.

*Ключевые слова:* речевое высказывание, жанр эссе, феномен эссе, творческая работа, общение, продуктивная деятельность.

Одним из наиболее сложных видов деятельности обучающихся, требующим активизации коммуникативных, творческих способностей личности, привлечения социокультурного, жизненного, читательского опыта, является написание творческого сочинения. Многие современные методисты и учителя-практики (Н. Л. Карнаух, Г. А. Обернихина, Т. А. Калганова, Л. Г. Антонова, Е. И. Никитина и др.) отмечают необходимость обучения школьников созданию текстов продуктивного характера, что вызвано потребностями общества в социально-активной, самостоятельной, творческой личности.

Выбор в качестве предмета обучения речевому высказыванию сочинения в свободной форме, типа эссе, обусловлен все возрастающей значимостью этого жанра не только для учебно-научной деятельности старшеклассников, но и для будущей социально-общественной практики выпускника школы как активного члена современного общества. Эссе – один из актуальных жанров общественной коммуникации, который используется в электронных средствах информации, в телекоммуникационных и сетевых формах общения. Востребованность эссе объясняется рядом причин: открытость этого жанра для всех желающих в независимости от сферы деятельности и статуса, личностное начало, свободная форма изложения, небольшой объем, многообразие тематики, ориентация на разговорную речь и др.

Авторы эссе – это люди разнообразных интересов и профессий: критики, историки, литературоведы, искусствоведы, писатели, философы и др. Секрет долголетия жанра в уникальных свойствах, позволяющих установить связь между автором и читателем.

В словарях и справочниках нет единой модели описания эссе, четкого определения жанра на сегодня не существует. В «Большом иллюстрирован-



ном словаре иностранных слов» (2003 г.) эссе трактуется как «жанр критики, публицистики и др. – прозаический этюд» [1, с. 725], в «Толково-энциклопедическом словаре» (2006 г.) и в «Словаре русского языка» (1984 г.) под редакцией А. П. Евгеньевой слово «эссе» означает «очерк» [6, 7]. «Новейший словарь иностранных слов и выражений» (2003 г.) использует термин «эссе» для обозначения сочинений, жанр которых трудно определить, и дает весьма размытое определение – «прозаическое ненаучное произведение философской, литературной, исторической, публицистической или иной тематики» [4: 963].

Одним из самых необычных является определение жанра эссе в «Энциклопедическом словаре юного литературоведа» (1998 г.). Написанное в занимательной форме, определение будет понятно и интересно обучающимся. По сути, это эссе об эссе. Наверняка, ученик сам захочет написать что-то подобное. «Эссе (от фр. *essai* – «опыт») – частью признание, как дневник, частью рассуждение, как статья, частью повествование, как рассказ. Это жанр, который только и держится своей принципиальной внежанровостью. Стоит ему обрести полную откровенность, чистосердечность интимных излияний – и он превращается в исповедь или дневник. Стоит увлечься логикой рассуждения, диалектическими переходами процессом порождения мысли – и перед нами статья или трактат. Стоит впасть в повествовательную манеру, изображение событий, развивающихся по законам сюжета, – и невольно возникает новелла, рассказ, повесть. Эссе только тогда остается собой, когда непрестанно пересекает границы других жанров, гонимое духом странствий, стремлением все испытать и ничему не отдаться» [8: 389].

Как мы видим, в книгах повторяются (в разных формах) только несколько признаков эссе: индивидуальные впечатления (личность автора) и свободная композиция.

Наиболее полное исследование теории и истории жанра эссе, в том числе развитие эссеистики в России, мы находим в книге М. Н. Эпштейна «Все эссе». По сути, двухтомник М. Эпштейна «Все эссе» («В России», «Из Америки»), куда вошли эссе, написанные им за 27 лет, с 1977 по 2003 годы, можно назвать своеобразной энциклопедией эссеистического жанра. М. Эпштейн уверен, что эссе «родилось из сочетания плохой, бессистемной философии, плохой, отрывочной беллетристики, плохого, неоткровенного дневника – и вдруг оказалось, что именно в своей неродовитости этот жанр необычайно гибок и хорош» [9:12].

Трудно не согласиться с М. Эпштейном в том, что жанр эссе «необычайно гибок», «его творческие и познавательные возможности» не до конца изучены. Эссе рассматривается сегодня не только как важное условие развития абстрактного мышления, надежный способ интеллектуального обогащения и развития личности, но и как «общекультурный феномен, механизм самосохранения и саморазвития культуры как целого, рычаг, которым уравниваются центробежная и центростремительная тенденции» [9: 528].

Причиной растущей популярности эссе, по мнению Н. Л. Карнаух, является «интегративное свойство» жанра – «возможность объединять разные способы описания мира: и научный, и религиозный, и эстетический» [3: 193].

Действительно, многими исследователями эссе классифицируется как жанр, стоящий на пересечении других жанров. Так, М. П. Эпштейн считает, что эссеистика, постоянно обновляясь и изменяясь, выступает «скорее как некая наджанровая система, включающая самые разнообразные философские, исторические, критические, биографические, автобиографические, публицистические, моральные, научно-популярные сочинения» [9: 477].

Эссе – это литературный жанр со свободной структурой, организующую роль в которой играют ассоциативные связи. Свободное по композиции, тем не менее, эссе подчинено определенной внутренней логике. Предметом изображения в эссе может стать все, что угодно, – факты, явления, события. Чаще всего, эссе – эмоционально выразительный этюд. Автор запечатлевает определенный момент субъективного видения: отклик на произведение искусства, высказывания выдающихся людей, личность, событие. Эссе фиксирует эмоционально окрашенную мысль или интеллектуально окрашенную эмоции.

Оценочность, интерпретация подразумевают индивидуальное, личностное видение проблемы, раскрытие своего внутреннего «я». Предметная основа эссе – процесс познания мира, отраженный в процессе самопознания личности.

Не нужно забывать, что зародился этот жанр в 16 веке с «Опытов» М. Монтеня как особый тип философствования человека, личностного осмысления проблемы. Эссе может быть написано на любую тему, но на первом плане, безусловно, остается личность автора, его мысли, впечатления, отношение к миру.

Исследователи подчеркивает активный, деятельный характер жанра (Н. Б. Руженцева). Эссе можно отнести к «живым, динамичным, развивающимся видам письменно-речевых высказываний» [5: 284], предполагающим свободу и раскрепощенность даже в рамках определенного языкового материала. Можно предположить, что это самая привлекательная для обучающихся составляющая в эссе.

Жанр дает право на субъективный подход к теме и свободную композицию. «Форма дает простор субъективности, неопределенности, парадоксальности, незавершенности, открытости, образности, художественной изобретательности. Содержание ориентирует автора на демонстрацию высокого уровня знаний» [2: 45].

Несмотря на свободу творчества, необходимо сказать новую, оригинальную мысль, дать иное прочтение знакомым вещам, даже на традиционном материале. Для создания текста в жанре эссе необходима четкая и в то же время нестандартная авторская позиция. Эссе требует от автора определенной смелости в представлении личностной позиции. Важно наличие в сознании

пишущего некоторого поля культурных ориентаций, которые обеспечивают возможность лично и в то же время социально значимых ассоциаций. Ассоциативно выстроенная структура эссе свидетельствует о широте и глубине существования пишущего в культуре.

Безусловно, непременным условием написания сочинения в жанре эссе является наличие творческого потенциала. Для того чтобы писать эссе, нужно думать самому, более того, получать удовольствие от своей мысли.

Создание эссе – процесс творческий, созидательный, требующий мобилизации нравственно-интеллектуальных усилий автора. Для успешного написания эссе необходимо сравнительно свободное владение различными стилями речи (разговорным, художественным, научным, публицистическим), типами речи (рассуждение, повествование, описание). Умение пользоваться изобразительно-выразительными возможностями русского языка, создавать собственные оригинальные средства (метафоры, сравнения, аналогии, ассоциации и т.п.) становится важным условием написания «личностного» эссе.

Работа над сочинением-эссе формирует навык умного словесного общения. Эссе – это непременно диалог и, прежде всего, с самим собой. Естественное состояние читателя после прочтения эссе – рефлексировать, создавать новые собственные эссеистические мысли уже с позиций читательского опыта.

Так, в тексте Д. С. Лихачева «Самое большое» (из книги «Письма о добром и прекрасном») обращает на себя внимание название. Заголовок не указывает прямо на содержание, а лишь приблизительно отражает его. Нельзя, опираясь только на название, заранее судить о содержании работы. Необычное начало текста заставляет читателя сразу, без подготовки, включиться в диалог с автором. Начинается письмо с вопроса: «А в чем самая большая цель жизни?». Союз «а» как будто соединяет предложение с какой-то прежде высказанной мыслью автора, является продолжением ранее начатого разговора. Но далее диалога нет. Автор сам отвечает на поставленный вопрос («Я думаю: увеличивать добро в окружающем нас») и последовательно доказывает мысль о «самом большом», приводит конкретные примеры. Свободная композиция текста позволяет автору установить доверительный стиль общения с читателем, который все это время, по сути, находится в диалоге, в дискуссии с ним.

Эссе заставляет обучающихся относиться к тексту и в качестве читателей, и в качестве соавторов, это помогает им устанавливать связь между чтением и разработкой доказательств. Текст эссе обязательно порождает вторичный текст.

Феномен жанра эссе заключается в его способности заставлять читателя думать, удивляться, создавать. Эссе может быть признано состоявшимся только тогда, когда в нем в той или иной степени присутствует неожиданность, внезапная мысль, понимание. Подобное явление, при котором автор как бы внезапно находит ответ на интересующий его вопрос, может быть разным, в зависимости от жанровой задачи. В художественном или публицистиче-

364 | ском эссе им бывает удачно найденный образ; в критическом – глубокое понимание или оригинальная интерпретация объекта суждений (книги, картины, фильма и т. д.).

Эссе является своеобразным средством самопрезентации личности. При написании сочинения-эссе проявляется индивидуальное, личностное понимание ситуации, проблемы, поступков. Широкие возможности и ресурсы жанра позволяют детальнее познать свой характер, определить собственные сильные стороны, проанализировать и зафиксировать личностные достижения. «Обучение сочинению в жанре эссе способствует формированию творческой социально-адаптированной личности, способной критически мыслить, подвергать анализу сложившиеся представления, жизненный опыт, находить нестандартные пути решения проблем» [2: 46–47].

Однако нужно помнить, что успех в написании сочинения-эссе сугубо индивидуален. Авторы методических рекомендаций отмечают, что, в силу особых, специфических признаков жанра эссе, обучение этому виду письменной работы выходит за рамки школьного образования (Н. Л. Карнаух, Т. А. Калганова, Г. А. Обернихина и др.). Как показывает практика, жанр эссе выбирают самые сильные, способные ученики, с опытом пишущего, обладающие особым ассоциативным мышлением.

Писать эссе совсем непросто. Размышлять не так, как все, не каждый может. Эссеист – человек прекрасно образованный; «о его высокой эрудиции свидетельствуют богатейший словарный запас, информационная плотность текстов, многообразие аллюзий, апелляций к разным аспектам человеческой культуры...» [5: 285]. Несомненно, автор эссе – личность яркая, глубокая, духовно богатая, не боящаяся вступить в диалог или дискуссию с критически мыслящим читателем.

### Литература

1. Большой иллюстрированный словарь иностранных слов : 17 000 слов. М. : ООО «Рус. словари» : ООО «Издательство «Астрель» : ООО «Издательство «АСТ», 2003. – 957 с.
2. Дресвянина С.Д. Опыты жанра: обучение эссе / С.Д. Дресвянина // Открытое и дистанционное образование. – 2016. – № 1. – С. 41–48.
3. Карнаух Н.Л. Письменные работы по литературе. 9–11 кл. / Н.Л. Карнаух, И.В. Щербина. – 2-е изд., стереотип. М.: Дрофа, 2003. – 320 с.
4. Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М.: Современный литератор, 2003. – 976 с.
5. Руженцева Н. Б. Прагматическая и речевая организация русского литературно-критического эссе XX в. : диссертация ... доктора филологических наук : 10.02.01. Екатеринбург, 2001. – 471 с.

6. Словарь русского языка. В 4 т. Т. 4. С – Я / [ред.: А. П. Евгеньева (гл. ред.), Г. А. Разумникова; подгот. Л. П. Алекторова, С. Л. Баженова, Л. С. Иванникова и др.]. – 2-е изд., испр. и доп.. – Москва : Русский язык, 1984. – 782 с.

7. Толково-энциклопедический словарь : около 147 тыс. толкуемых единиц / [отв. ред.: Варавина Е. В. и др.; идея проекта Храбрый И. С.]. – Санкт-Петербург : Норинт, 2006. – 2141 с.

8. Энциклопедический словарь юного литературоведа : для среднего и старшего школьного возраста / [сост.: Новиков В. И., Шкловский Е.А. .. – 2-е изд., доп. и перераб.]. – Москва : Педагогика-Пресс, 1998. – 424 с.

9. Эпштейн М. Н. Все эссе. В 2 т. [Т. 1]. В России / Михаил Эпштейн. – Екатеринбург : У-Фактория, 2005. – 544 с.

*S.D. Dresvyanina*

### **ESSAY: THE GENRE THAT TEACHES TO COMMUNICATE**

*Annotation.* The article considers the essay as one of the most dynamically developing types of writing and speech statements. The recommendations for writing a literate interesting essay are presented. Attention is paid to the active nature of the genre: the text of essay necessarily generates a secondary text. The secret of longevity of the genre lies in unique properties, which allow to spot a link between the author and the reader. Teaching essay forms the skill of intelligent verbal communication.

*Keywords:* speech statement, essay genre, essay phenomenon, creative work, communication, productive activity.

## **МОЛЧАНИЕ И УМОЛЧАНИЕ УЧИТЕЛЯ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ РЕЧЕВЫХ ТАКТИК**

*Аннотация.* В статье даются определения педагогического молчания и умолчания, описывается экспериментальное обучение студентов-филологов использованию приемов молчания и умолчания в педагогической речи.

*Ключевые слова:* педагогическое молчание, педагогическое умолчание, косвенное речевое воздействие, педагогическое общение, педагогический эксперимент, опытное обучение.

**К**ак молчание и умолчание могут помочь педагогу? На первый взгляд, кажется, что молчание и деятельность учителя не совместимы, однако это не так. Как важно порой бывает суметь промолчать, избежать жестких прямых требований, упреков, постоянных замечаний, которые сводят в конечном итоге процесс учения в тяжкий труд. Нельзя забывать, что в основе педагогического труда лежит общение. Именно в процессе общения происходит воздействие учителя на учеников. Характер оказываемого воздействия может быть разным, поэтому современному учителю необходимо иметь под рукой как можно больше «инструментов» речевого общения, чтобы в своей деятельности использовать наиболее эффективные. Такими приемами, осуществляющими косвенное речевое воздействие, являются молчание и умолчание.

Анализ лингвистической, психолингвистической, педагогической и методической литературы (исследований Н.Д. Арутюновой, В.В. Богданова, В.М. Букагова, П.М. Ершова, О.С. Иссерс, В.А. Кан-Калика, А.А. Леонтьева, Т.А. Ладыженской и др.) показывает, что молчание и умолчание недостаточно изучены в аспекте тактик речевого воздействия и в том числе по отношению к профессиональной речи учителя.

Опираясь на работы из разных областей знания: лингвистики, психолингвистики, психологии, общей и театральной педагогики, теории и методики обучения русскому языку и литературе, мы дали следующие определения данным речевым явлениям.

Педагогическое молчание – это коммуникативный прием, который состоит в намеренном использовании учителем вербального «пробела», то есть

отсутствии речевых действий в коммуникативно обязывающей ситуации с целью оказать определенное воздействие на ученика.

Педагогическое умолчание можно трактовать как коммуникативный прием, используемый учителем с целью оказать определенное педагогическое воздействие. Он заключается в создании незавершенности, неопределенности высказывания (недоговаривания или сокрытия фрагмента информации) в расчете на догадку учеников.

В результате анализа научной литературы и проведенного нами исследования молчания и умолчания в речевой деятельности учителя и мы пришли к ряду выводов об особенностях данных приемов. Основные из них следующие:

1. Коммуникативно значимое молчание и умолчание являются абстинативными приемами речевого воздействия, составляющими абстинативную тактику педагогического воздействия (от лат. *se abstinere* – воздерживаться от какого-либо ожидаемого действия), которая представляет собой такое речевое поведение педагога, при котором он не совершает нормативных (предписываемых ему или ожидаемых от него учениками) речевых действий и тем самым оказывает определенное, целенаправленное воздействие на учащихся. Молчание и умолчание как приемы косвенной абстинативной тактики речевого воздействия обладают общими признаками: намеренность использования; целенаправленность; адресованность; полиинтенциональность; полное или частичное отсутствие словесного выражения; наличие скрытого смысла; семантическое разнообразие; констатирующая обусловленность.

2. Абстинативные приемы могут способствовать реализации основных функций педагогического процесса: дидактической (как элемент создания проблемной ситуации, как формирующий элемент учебного задания, как форма осуществления принципа наглядности), развивающей (влияние на мышление, воображение, внимание), воспитательной (как средства речевой выразительности) и выполнять специфические функции в педагогическом общении (фасцинирующую, креативную, организационную, эмоционально-экспрессивную, оценочную, этическую, спекулятивную).

3. Значимое молчание и умолчание участвуют в реализации различных жанров педагогической речи учителя (виды педагогической оценки, требования, наказания и др.), выполняют разнообразные коммуникативные интенции соотносительно со структурой урока, а также являются «строительным» элементом некоторых приемов педагогического общения (например, приема игнорирования, мнимого безразличия, отсроченного наказания и др.).

Данные выводы показывают о целесообразности проведения специального обучения использованию приемов молчания и умолчания в профессиональной речевой подготовке учителя.

В ходе нашего исследования был проведен педагогический эксперимент. Разрабатывая опытное обучение, нам было важно выяснить представления

368 | участников эксперимента о молчании и умолчании как приемах косвенного воздействия на собеседника; степень сформированности умений распознавать, понимать и применять данные приемы в речи. С этой целью был организован и проведен констатирующий эксперимент.

Результаты проведенного эксперимента показали, что около 70 % учителей с той или иной степенью частотности пользуются молчанием и умолчанием в своей профессиональной деятельности. Однако детальный анализ полученных данных показал, что практикующие учителя используют названные приемы на элементарном уровне, реализуя лишь одну-две речевых интенции, и зачастую неосознанно, полагаясь на собственную педагогическую интуицию и речевой опыт. Более того, как отметили школьники, в 30 % абстинативное воздействие учителя носит негативный характер с целью пригрозить, запугать, неоправданно проигнорировать ученика.

Данные анкетирования, наблюдений за реальной педагогической деятельностью, индивидуальные и коллективные беседы показали, что молчание и умолчание востребованы в педагогическом общении. Однако большинство респондентов не видят или недооценивают их возможностей как приемов педагогического воздействия, а уровень сформированности специальных коммуникативных умений студентов и учителей-словесников недостаточен для успешного применения абстинативной тактики речевого воздействия.

Экспериментальное обучение проводилось со студентами филологического профиля и проходило в три этапа. На первом этапе (3 аудиторных занятия) студенты знакомились с особенностями коммуникативно значимых молчания и умолчания и учились их использовать в искусственно созданных ситуациях педагогического общения, где главное внимание уделялось ситуативной и этической обоснованности абстинативного воздействия.

На втором этапе приобретенные умения закреплялись в ходе педагогической предметной практики. Для этого со студентами организовывались индивидуальные и групповые консультации, каждый студент получил памятку в виде методических рекомендаций к практическому применению абстинативного воздействия.

В систему экспериментального обучения были включены методы и приемы обучения, способствующие развитию творческой инициативы обучаемых, такие как сообщающее слово преподавателя, эвристические беседы, анализ педагогических ситуаций и абстинативных тактик, решение коммуникативных задач, а также использовались коммуникативные (ролевые, риторические) игры.

Проверка эффективности разработанной методики обучения осуществлялась с помощью текущих, промежуточных и итоговых письменных и устных заданий, например, итогового среза. Отметим, что на втором этапе эффективность обучения оценивалась в условиях непосредственного педагогического общения в ходе предметной практики по выявленным критериям, характе-



ризующим уровень сформированности у студентов умений использовать изученные приемы в педагогических целях.

Третий этап обучения заключался в осуществлении анализа и самоанализа студентами полученных результатов.

Результаты обучения показали, что большинство студентов (около 90 %) смогли уместно и результативно пользоваться приемами молчания и умолчания для достижения учебно-воспитательных целей. Кроме того студенты оценили эффективность абстинативной тактики речевого воздействия на практике и выразили готовность использовать ее в дальнейшей профессиональной деятельности. Приведем высказывание одной из студенток: *Прием молчания оказался очень эффективным средством речевого воздействия. Так, например, рассказывая о наиболее ярких, значимых и трагических событиях биографии писателя, я на некоторое время замолчала, чтобы дети смогли проникнуться трагичностью и величием изучаемой личности, почувствовать особенную эмоциональную атмосферу мира литературы. В тишине класса я слышала, как бьются сердца замороженных детей, и видела истинный отклик и понимание в их глазах. Мне было очень приятно осознавать то, что я смогла затронуть души детей, произвести на них впечатление своим рассказом.*

В заключение хочется отметить, что настоящий «учитель – это не тот, кто говорит, а тот, кого слушают»! Поэтому речевое воздействие будет эффективным только тогда, когда оно будет осмысленным, ситуативно и этически обоснованным, не подавляющим волю ученика. Помочь в этом будущим учителям может владение приемами косвенного педагогического воздействия – молчанием и умолчанием.

*O.Y. Efimova*

#### **SILENCE AND HOLDBACK OF THE TEACHER IN THE SYSTEM OF PROFESSIONAL ORAL SPEECH TACTICS**

*Annotation.* The article provides definitions of pedagogical silence and holdback; philology students are experimentally taught to use the methods and techniques of pedagogic silence and holdbacks in the pedagogic speech.

*Keywords:* pedagogic silence, pedagogic holdback, indirect impact, pedagogic communication, pedagogic experiment, experimental teaching.

## ЛЕКСИФИКАЦИЯ РЕЧИ КАК ЧАСТЬ ЭЛОКУТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

*Аннотация.* В статье рассматривается педагогический опыт автора, связанный с практикой расширения словарного запаса учеников как составного компонента их будущего риторического мастерства. Определяется характер личного словника, указываются особенности психологической мотивации к работе над совершенствованием элокутивного потенциала собственной речи. Представлены группы лексических ресурсов, требующих приоритетного внимания в ходе лингво-риторического обучения.

*Ключевые слова:* лексика, индивидуальный словарный запас, элокуция, лексификация, развитие речи.

Чтобы учить других хорошо говорить, нужно обладать изрядной самоуверенностью. Если, скажем, вождение автомобиля или катание на коньках не входят в число природных и обязательных навыков человека, то речевая способность, в общем-то, присуща каждому. Педагог-ритор сам должен демонстрировать блистательное владение публичной речью и в то же время проявлять такт по отношению к ученикам. Они в известной степени являются нормальными носителями языка, речевые возможности которых отвечают их коммуникативным запросам.

Выход на другой уровень своего личностного потенциала является главной задачей любого, кто взялся за совершенствование собственной речи. По словам А. Соломоника, «...ни один из нас не знаком со своими языковыми способностями, пока он их серьезно не попробует на деле – либо при изучении родного, либо при изучении дополнительного иностранного языка» [5: 57]. Возможность открыть глаза на самого себя, на язык и коммуникацию становится одной из точек отсчета на пути к речевому развитию.

Риторический успех, как известно, обеспечивается целым комплексом факторов. Одним из них, несомненно, является солидный и разнообразный багаж лексического знания. Именно индивидуальный словник языковой личности во многом определяет элокутивный потенциал как устной, так и письменной речи. Без систематической и упорной работы по пополнению своей лексико-стилистической копилки здесь трудно обойтись.

В некоторых коммуникативно-дискурсивных сферах, казалось бы, можно уметь выступать с долгими речами, не имея серьезной элокутивной базы. Однако подобные выступления чаще всего носят формальный, ритуализированный характер. В.В. Колесов определил такие речи как «блоки штампов-клише», образец «мышления без мысли». Возможности таких ораторов «давно уже известны, а тирады прискучили» [2: 239]. В первую очередь выступления такого типа характерны для области делового общения, где, впрочем, речевая подготовка элокутивного направления тоже может принести свои плоды.

Элокутивные средства в риторике часто рассматриваются как совокупность экспрессивно-выразительных ресурсов языка, способных «украсить» речь. Но базовым элементом качественной речи будет являться точное, меткое, удачное слово. Чем менее привычной, распространенной окажется речевая единица, тем больший экспрессивный эффект она может произвести. Привлекать внимание аудитории может, например, как «экспрессия новизны» (*инноград, миксовать, рукопожатный, хайп*), так и «экспрессия старины» (*ажитация, дабы, засим, супостат*). В медиасреде приемы конвергирования лексико-стилистических средств активно используются весь постсоветский период. Но хорошая, яркая, самобытная речь, как правило, ценится и в других коммуникативных сферах.

Лексическая интенсификация (лексификация) речи обычно не входит в число приоритетов школьного и вузовского обучения. Впрочем, как и риторическая составляющая словесной подготовки в целом. В образовательном процессе пополнение словарного запаса ученика должно осуществляться, скорее, в образовательном сегменте «Русский язык как родной», но, скажем, в старших классах он обычно находится на периферии учебной деятельности. Задачи по развитию лексико-стилистической компетенции с ее безусловной проекцией на реализацию будущих коммуникативных интенций решаются в лучшем случае в формате элективных занятий или иных курсов в сфере дополнительного образования.

Необходимость учить родной язык вообще и слова родного языка в частности неочевидна для большинства его носителей. Все они более-менее успешно способны изъясняться в условиях повседневной коммуникации. Однако мотивация расширять собственный словарный запас может быть связана с потребностью 1) избегать в речи заминок, усугубленных элементами хезитации; 2) увереннее себя чувствовать в формате монолога; 3) производить благоприятное впечатление на окружающих благодаря богатству своей речи. Как подчеркивал Н.Г. Комлев, «по изысканному разнообразию лексикона и по употреблению слов с низкой частотностью мы узнаем образованного человека» [3: 180].

Методика работы по развитию словарного запаса реализовывалась на практике ее применения при обучении старшеклассников, студентов в рамках

372 | спецкурсов и культурно-речевых дисциплин, а также взрослых носителей языка в частной «Школе русской словесности».

Одним из первых шагов по элокутивному совершенствованию речи становится перенацеливание обучающихся с бытового регистра коммуникации на полный, книжный его вариант. Другими словами, осуществляется постепенный переход с рефлекторного типа общения (когда превалирует спонтанность речевого мышления) на рефлексивный (когда носитель языка в значительной мере учится контролировать собственную речь).

Словарный аспект этой работы предполагает искоренение из речи чрезвычайно распространенных сленговых единиц наподобие *по-любому* (в любом случае), *по ходу* (похоже, вероятно), *прикольно* (смешно, занятно, забавно), *супер* (бесподобно, превосходно), *я в шоке* (потрясен, ошеломлен, обескуражен, диву дался). Слова, казалось бы, подросткового уровня речевой подготовки настолько укореняются в языковом сознании, что часто продолжают активно использоваться взрослыми пользователями языка. «Удобные» своей оценочной универсальностью и легкостью воспроизведения, они, в сущности, десемантизируют речь и, кроме того, маркируют ее как довольно примитивную.

Сама социально-коммуникативная среда обычно не способствует становлению хорошей речи. Мы ежедневно можем слышать элементы полуязычия (*блин, супер вообще, короче*), инвективу, видеть безвкусно оформленную в речевом отношении рекламу («Году конец – ценам капец!»). Не только языковое сознание – языковое подсознание регулярно замусоривается вульгарными словами и выражениями. В этих условиях требуются серьезные усилия по преодолению такого агрессивного инпута и экологическая защита своей коммуникативной способности от негативного внешнего влияния.

Следовательно, первым шагом в развитии качественной риторической способности языковой личности оказывается переформатирование отношения человека к своей речи. Культивируется отказ от спонтанного выбора просторечно-сленговых единиц и общая эстетизация речи. Приветствуется полнота произношения слов даже в повседневной речи (вытеснение из употребления вариантов *че, не знай, чтоб, наверно*). Орфоэпический подход здесь заметно помогает собственно лексическому, когда в сознании человека формируется целостный, а не аморфный облик слова.

Прежде чем начать работу над развитием чьей-либо речи, требуется стилистическое просвещение аудитории. Частотность тех или иных просторечных единиц может восприниматься носителями языка как что-то естественное и нормальное. Между тем слова типа *мужик, баба, фигня, халява, ржать* иногда нуждаются в особом комментировании для будущей стилистической корректировки речи.

У многих носителей языка нет устойчивого навыка переключения с одного стилистического регистра на другой. О необходимости развивать у детей

умение заменять грубые слова и выражения эвфемизмами подробно писал известный педагог А.В. Миртов в 1927 году [4: 1927]. По словам В.И. Жельвиса, «практически в каждой социальной группе свой «концепт грубости» [1: 27]. И в подростково-молодежной среде, как известно, порог внутренней допустимости вульгарной коммуникации весьма низок. Степень речевой агрессии здесь довольно велика, причем настолько, что многие слова (например, *пойдем пожрем*) в качестве грубых даже не воспринимаются. Примечательно, что многие сорные слова сами по себе уже имеют эвфемистическую природу (*блин, охренеть, пупец*), однако и они носят заметно сниженный, неприемлемый для гармоничного общения характер. Терпеливое и планомерное объяснение обучающимся важности того, что грубую лексику следует минимизировать в речи и уметь заменять ее стилистически нейтральными словами, без сомнения, необходимо.

Не перестает быть актуальным и собственно культурно-речевой сегмент учебной работы, нацеленный на распространение и закрепление нормативных вариантов использования слов и сочетаний слов. В арсенал повторяемых лексических средств обязательно входят единицы *класть, одеть-надеть, нелицеприятный* и т. п. Непременно указывается специфика употребления слова «вышесказанное», которое будет уместно лишь в письменной речи. Например, при переводе текста реферата в формат устного доклада данная лексема осмысленно заменяется корректным сочетанием «ранее сказанное».

Акцентируется внимание на практику осторожного обращения с демиnutивами. Не является признаком хорошего тона, как известно, применение в речи вариантов типа *до понедельничка, музыкачка, бесплатненько, рубричка* и т. п. В то же время в медиасфере может встречаться и оправданное использование подобных слов в случае построения единиц со стилистически уместной словообразовательной семантикой. Например: у знаменитостей якобы «не может быть проблем, у них могут быть только *проблемки*, какие-то мелочи, слегка мешающие наслаждаться плодами собственного величия» («Новая газета», 2014); «...пони по кличке Моника показывает характер и поднимается на *дыбки!*» («Собеседник», 2017).

Большинство носителей родного языка довольствуется тем словарным запасом, которым они стихийно овладели к относительно зрелому возрасту. Со временем они обычно расширяют свой словник элементами специальной лексики в соответствии с избранной профессиональной стезей. Но в целом определенного лексического минимума для общения с соотечественниками хватает. К мотивации сознательно расширять свой персональный словарный запас приходят далеко не все.

Среди предлагаемых к включению в активный речевой обиход могут быть, например, слова *досужий* или *сулить*. Скептики в этом случае говорят, что использование редких слов будто бы сделает говорящего коммуникативным

374 | изгоем («да вас никто не поймет»). И если Лев Толстой предупреждал о любом опасном соблазне под названием «Все так делают», то применительно к нашей позиции раздается противоположное по сути возражение: «Да никто так не говорит». С точки зрения обывателя это резонный довод. Однако развитие вербально-элокутивных потенций помогает совершенствованию языковой личности в нескольких направлениях: 1) делает мобильным когнитивный аппарат человека; 2) дает возможность быстрее и точнее донести свои мысли и чувства до аудитории; 3) придает психологическую уверенность при спонтанном или спланированном публичном выступлении; 4) позволяет лучше понять язык, закономерности его реализации и смысловые оттенки; 5) создает воспитательно-стимулирующий риторический эффект для слушателей («ого, мне бы так выступить»).

Пополнение индивидуального словарного запаса в ходе обучения может осуществляться разными путями. Одним из них является постоянное расширение синонимических возможностей говорящего/пишущего. В первую очередь это касается совершенствования умений, связанных с мобилизацией языковой памяти в области не нейтрально-разговорных, а книжных лексических соответствий. Например: настоящий (*истинный, подлинный*) мастер; основной (*ключевой, стержневой, базовый*) вопрос; актуальная (*злободневная, животрепещущая*) проблема; субъективный (*предвзятый, пристрастный, тенденциозный*) взгляд; соединение (*синтез, сплав, синкретизм*); шаблон (*штамп, стереотип, клише*) и т. д.

Положительный отклик у мотивированной в риторическом отношении аудитории находит работа по усилению модальной составляющей речи. Имеются в виду, в частности редкие для обычной коммуникации вводные элементы (*право, собственно говоря, следовательно, иначе говоря, надо признаться, надо полагать*) или несколько архаизированные конструкции (*всенепреренно, надобно, отнюдь нет, увы, решительно не понимаю, простите великодушно, не взыщите*). Рекомендуется, правда, соблюдать меру в их использовании, чтобы речь не выглядела вычурной и эксцентричной.

Заметное место в расширении личного лексикона занимает работа по введению в речевой обиход коммуникативно нетривиальных единиц. В данном случае это намерение чаще всего выражается в переводе слов пассивного словарного запаса в активный. На занятиях по развитию речи приводятся в движение лексемы *затейливый, взыскательный, искушенный, истовый, безмятежный, занятный, лютый, косный, праздный, изрядный, нерадивый, ребячливый, даровитый*... Примечательно, что подобные единицы не являются устаревшими. Они коммуникативно маргинализируются вследствие нашей инертности и лени.

Эффективным способом активации пассивной лексики являются речевые упражнения, нацеленные на «оживление» языковой памяти. Обучающимся

дается задание продолжить высказывание, включающее в свой состав редкое слово. Например: *меня удручает то, что...; меня воодушевляет то, что...; не буду лукавить по поводу...; меня обескураживает то, что...; легче идти по проторенному пути, но...; я чувствую расположение (приянь) к...; я скептически отношусь к...; приведу хрестоматийный пример...; может быть, это и банально, но...; часто сетуют на то, что...; как-то совестно становится от того, что...; следует щепетильно подходить к тому, что...; не будем уповать на то, что...* К такой практике лучше всего стоит подходить дозированно, помогая точно закрепить в памяти и речи те или иные выражения.

Усвоению редких слов способствует и аудиторная работа лексико-аналитического характера. Слушателям, например, предлагается вспомнить максимальное количество сложных прилагательных с финалью – *душный*. При восстановлении словарного ряда *добродушный, благодушный, великодушный, малодушный, простодушный, слабодушный, криводушный, прямодушный* полезно подумать над семантикой этих единиц, их смысловыми оттенками и дать задание составить словосочетания с их участием, попробовать включить данные слова в живую речь. Продуктивно будет подумать вместе с учениками о содержании простых, казалось бы, слов *праздный* и *косный*, затем восстановить, например, производные *празднословие* и *косноязычие* или иные варианты.

Лексико-аналитическая работа помогает преодолеть не критическое, поверхностное отношение к слову. Многие говорящие в большей степени оперируют ассоциативным, а не семантическим восприятием лексики. Так, слова *пафос* и *пафосный* в настоящее время стали воспринимать как что-то заведомо фальшивое или просто не очень хорошее, опираясь на ненормативные факты их употребления (*пафосный человек, пафосное заведение*). На занятиях по русской словесности важно также рассуждать о смысловых нюансах слов типа *красота – красивость, чужой – чуждый, остроумие – острословие, гордость – гордыня, образец – образчик*. Интерес к деталям порождает интерес к языку и собственной речевой способности.

Если элокутивный этап риторической подготовки рассматривать в широком лексико-стилистическом понимании, то основу средств выражения мысли и чувства будет составлять именно лексический фонд языка. Без целенаправленной работы по совершенствованию своего персонального словника трудно добиться отменного результата на поприще публичной коммуникативной практики. Ключевым моментом такой подготовки видится пробуждение личной мотивации человека к усилению своих элокутивных позиций. В дальнейшем языковая личность многое сможет сделать самостоятельно, вне учебного поля как такового, но именно эта деятельность и будет, возможно, самой плодотворной.

**Литература**

1. Жельвис В.И. Грубость и вежливость на уровне прагматики // Хвала и хула в языке и коммуникации. М., 2015.
2. Колесов В.В. «Жизнь происходит от слова...» СПб., 1999.
3. Комлев Н.Г. Слово в речи: денотативные аспекты. М., 1992.
4. Миртов А.В. Семь уроков вежливости на занятиях русским языком (Евфимистические упражнения) // Родной язык в школе. 1927. №2.
5. Соломоник А. О языке и языках. М., 2017.

*S.A. Zhuravlev*

**LEXIFICATION OF SPEECH AS A PART OF THE ELOCUTIVE  
POTENTIAL OF THE LANGUAGE PERSONALITY**

*Annotation.* The article considers the author's pedagogical experience linked with the practice of expanding the personal vocabulary of students as an integral component of their future rhetorical skills. The author determines the nature of personal vocabulary and indicates the features of psychological motivation to work on improving the elocutive potential of one's own speech. The groups of lexical resources that require priority attention during linguistic and rhetorical training are presented in this paper.

*Keywords:* lexis, individual vocabulary, elocution, lexification, speech development.



## ИРОНИЯ КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

*Аннотация.* Исследуется коммуникативный аспект использования одной из разновидностей иронии. На основе ретроспективного анализа делаются выводы о том, что ирония, выполняющая функцию критического восприятия действительности, обладает определенными методическим потенциалом. Адресант с помощью скрытой насмешки выявляет противоречие в речи и поведении объекта, после чего подвергает его критике, оказывая влияние на интеллектуальную и эмоциональную сферу адресата. В речи учителя такая ирония становится достаточно эффективным приемом педагогического воздействия, т.к. стимулирует критическое мышление учащихся и способствует формированию у них информационной грамотности.

*Ключевые слова:* ирония, речевое воздействие, критическое мышление, информационная грамотность, речь учителя.

В цифровую эпоху одним из основных требований к участникам образовательного процесса является быть способным к критическому мышлению, которое обусловлено необходимостью современного человека обладать информационной грамотностью. Под данным термином подразумевается «совокупность установок, знаний, умений и навыков, которые позволяют человеку ориентироваться во все более глобализирующемся цифровом мире. Она предполагает не только оперирование всеми типами информационных ресурсов: устными, письменными и мультимедийными, но и обладание навыками критического мышления, осмысления и интерпретации полученной информации в различных профессиональных и образовательных областях» [4; 11]. Ежедневно мы сталкиваемся (особенно в процессе обучения и преподавания) с огромными потоками данных, которые поступают из различных источников. Избыток информации часто приводит к регрессии мышления: появляется соблазн использовать уже готовые сведения, не подвергая их критическому анализу и осмыслению. Один из способов решения данной проблемы – это отказ от пассивного получения информации. В этой связи важным становится умение с помощью критического мышления определять: в каком случае она является объективной, а в каком – нет.

В чем состоит методический потенциал иронического анализа как способа активизации критического мышления?

Известно, что ирония с древних времен функционировала не только как риторическая фигура, но и как философская категория, особый тип мышления и мировоззрения, которое было связано с критическим отношением к стереотипам обыденного и бытового сознания. Такое мировосприятие неслучайно было присуще многим древним мыслителям, например, Гераклиту, Демокриту, Сократу. Главным для них было – стремление к глубокому проникновению в суть явлений. В XX веке Г. Геффинг и С.Л. Рубинштейн полагают, что ирония может быть компонентом мировоззрения, которое связывает эмоциональную сферу с мыслительной. З. Фрейд в свою очередь выделял скептическое остроумие, которое подразумевает сомнение в надежности познания. В современном философском знании ирония рассматривается как «способ нейтрализации симулякров современного общества» и особая установка на восприятие всякого рода информации и ее источника, что также способствует развитию информационной грамотности современного человека [3]. Таким образом, ирония противостоит пассивному некритичному восприятию социальной действительности и ее вербального отражения. Ирония обладает свойствами диалогичности и реактивности: ее скрытая отрицательная оценка всегда является реакцией на отступление от норм, в том числе тех, что связаны с логикой.

В рамках коммуникативного подхода ирония определяется как «выражающее насмешку или лукавство иносказание, когда слово или высказывание приобретают в контексте речи значение, противоположное буквальному смыслу или отрицающее его, ставящее под сомнение» [5; 205]. При этом в соответствии с обозначенной проблемой мы остановимся на разновидности иронии, в которой скрытая насмешка имеет форму особого рассуждения, притворного следования псевдологике собеседника. Цель такого своеобразного иронического анализа – обнаружение и демонстраций противоречий в речи или поведении адресата.

При изучении иронии в коммуникации особое значение уделяется речевому воздействию, которое она оказывает. С одной стороны, она влияет на интеллектуальную сферу, вследствие того, что адресант с помощью иронии акцентирует внимание на абсурдном несоответствии новой внешней информации с уже имеющимися знаниями и представлениями о норме. С другой стороны, подчеркнутая алогичность суждения нередко вызывает смех, что может вызывать у адресата как положительные эмоции от ощущения разрядки и получения им интеллектуального удовольствия, так и негативные, если скрытая насмешка воспринимается адресатом на свой счет. Таким образом происходит воздействие на эмоциональную сферу.

В педагогической деятельности отношение к иронии неоднозначное. Однако с точки зрения лингвистической экспертизы, ирония не может рассцениваться как оскорбление [2,6]. С позиции педагогики, этичность иронии,

на наш взгляд, главным образом связана с объектом насмешки. Критика, направленная не на личность учащегося, его мышление и поведение, а на логические ошибки, которые он допустил, не противоречит педагогическим принципам и служит целям воспитания, обучения и развития. Такое влияние осуществляется не только на уровне речи: таким образом педагог демонстрирует и способ работы с информацией, ее логический анализ. При этом ирония, будучи речевым приемом скрытого воздействия, оказывается нередко более эффективным способом решения педагогических задач, нежели нотация и прямое поучение.

В каких педагогических ситуациях и жанрах применим иронический анализ? Это может быть дискуссия или обсуждение проблемного вопроса, например, при проверке самостоятельного задания. Рассмотрим несколько примеров эффективного уместного и целенаправленного использования такого приема.

*– Тэк-с!.. Скажите, молодой человек, на какой же это вы фронт убеждать хотели? На японский, что ли? – Нет, – ответил, побагровев, Тупиков, – на германский. – Тэк-с! – ехидно продолжал Малиновский – А позвольте вас спросить, за каким же вас чертом на Нижний Новгород понесло? Где ваша голова и где в оной мои уроки географии? (А. Гайдар «Школа»)*

Следствием применения риторизации задания и иронического анализа стало то, что учащиеся, «внезапно уяснив себе пользу наук, с совершенно необычным рвением принялись за изучение географии и даже выдумали новую игру, называвшуюся "беглец"» [1]. Рассмотрим пример иронического анализа, направленного на алогичное рассуждение ученика.

*– Расскажи нам, как жили древние люди. <...> – У древних людей не было мобильных. В классе засмеялись.*

*– Да? – удивилась Нина Петровна. – Но как же они тогда общались? Неужели только через интернет?*

*– Что вы, Нина Петровна, – говорит Димка. – интернета тогда тоже еще не было! <...> Еще они перестукивались! – обрадовался Димка.*

*– Ага, как дятлы, – согласилась Нина Петровна.*

*Класс так и покатился со смеху. – Спокойно, граждане современные люди! – говорит Нина Петровна. (С. Силин «Жизнь без мобильного»)*

В приведенном отрывке Нина Петровна с помощью иронии реагирует на попытку Димы симулировать подготовку к уроку. Учительница подыгрывает мальчику, выражая притворное удивление, согласие и заинтересованность в его словах. Следуя логике ученика, она подчеркивает абсурдность его утверждений и таким образом активизирует критическое мышление класса. Цель иронического анализа – разоблачить непоследовательное рассуждений ученика и подвергнуть критике неудовлетворительный ответ, в то же время воздействуя определенным образом на класс.

380 | Следуя псевдологичным рассуждениям ученика, педагог может предупредить об опасности непоследовательного мышления.

*Учительница: Взаимодействие серы с кислородом – это...*

*Ученик: Веселящий газ?*

*Учительница: Ага, очень весело будет, если вы сернистым газом подышите.  
(Урок химии в 9-м классе).*

Иронический анализ может быть направлен не только на отсутствие логики в рассуждении ученика, но и в его поведении.

*– Корчиковский! <...> Прочти нам свое гениальное произведение. <...>  
– А нельзя ли просто поставить мне двойку? – Насчет двойки можешь не беспокоиться, ты ее уже получил, – весело сказала пани Мареш и тут же переменяла тон: – Вероятно, когда ты это писал, ты казался себе чертовски остроумным. И смелым. Так будь смелым до конца! Тема урока у нас сегодня – неизменяемые части речи, а это вещь довольно скучная. Так что все мы охотно отвлечемся и послушаем нашего классного сатирика. На, вот твоя тетрадка. Читай. <...> – А я и не собираюсь делать из вас Хемингуэв, я хочу одного: научить вас думать. И уверена, что ты способен овладеть этим трудным искусством. Но если, по-твоему, можно валять дурака и не нести за это никакой ответственности, тогда не читай, не надо. Садись.*

*(Халина Снопкевич «2x2=мечта»)*

В данном отрывке с помощью иронического анализа учитель разоблачает заблуждение ученика о том, что сдать плохое сочинение – это остроумно. Кроме того, данный прием используется здесь с целью научить школьников критически оценивать себя и свое поведение. Здесь также можно наблюдать мотивы использования адресатом иронии как приема воздействия на учеников: педагог уважает детей, верит в их способности и хочет научить думать.

Подведем итоги: используя иронический анализ в своей деятельности, педагог обнаруживает противоречия в поведении, мышлении и рассуждении учащихся и обращает их внимание на логические ошибки, которые те допускают. Как правило, это происходит на уроке при обсуждении спорных вопросов. Таким образом, ирония, влияя как на интеллектуальную, так и эмоциональную сферу, активизирует критическое восприятие информации. Отметим также, что ирония является эффективным приемом, во-первых, когда направлена непосредственно на алогичный способ мышления, а не обезличивает личностные сферы адресата; во-вторых, когда учитель использует данное средство уместно и целенаправленно для решения целей обучения, воспитания и развития.

## Литература

1. Гайдар А. Школа. // Собрание сочинений в трех томах. Том 1. М.: Издательство «Правда», 1986.

2. Как провести лингвистическую экспертизу спорного текста? Памятка для судей, юристов СМИ, адвокатов, прокуроров, следователей, дознавателей и экспертов / Под ред. проф. М. В. Горбаневского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юридический Мир, 2006.
3. Кириленко Ю.Н. Осмысление возможностей метода иронии как способа преодоления медийной некомпетентности // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3.
4. Медиа- и информационная грамотность в обществах знания / Сост. Кузьмин Е. И., Паршакова А. В. – М.: МЦБС, 2013.
5. Сковородников А.П. Ирония // Культура русской речи: Энциклопедический словарь справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003.
6. Стернин И.А., Антонова Л.Г., Карпов Д.Л., Шаманова М.В. Основные понятия лингвокриминалистической экспертизы: справочное пособие. / Под науч. ред. проф. И.А.Стернина. – Ярославль, Изд-во «Канцлер», 2013. – 80 с.

*L. Zemchihina*

#### **USING IRONY IN THE PEDAGOGICAL SPEECH FOR DEVELOPING STUDENT'S CRITICAL THINKING**

*Annotation.* The communicative aspect of using irony in pedagogical speech is explored. The purpose of such irony is developing students' critical thinking and information literacy.

*Keywords:* irony, pedagogical speech, critical thinking, information literacy, verbal impact.

## ЯЗЫК ПРАВА И КУЛЬТУРА РЕЧИ

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению специфики языка права, анализу активных словообразовательных процессов, форм управления, употребления однородных членов предложения в языке юристов, а также выявлению языковых погрешностей, наблюдаемых в текстах законов.

*Ключевые слова:* язык, право, юридические понятия, точность, культура речи.

Современные требования к профессиональной подготовке специалистов ставят перед нами новые задачи, одной из которых является формирование коммуникативной компетентности будущего учителя, врача, юриста и т. д.

Коммуникативная компетентность юриста предполагает владение навыками общения в определенном профессиональном коллективе, умение создавать профессионально значимые высказывания (тексты) в соответствии с нормами литературного языка, так как от правовой культуры (а одной из ее составных частей является культура речи) в определенной мере зависит формирование правосознания граждан.

Право нуждается в таких языковых средствах, которые бы точно обозначали правовые понятия и грамотно выражали мысль законодателя. Опытные работники суда и прокуратуры, адвокаты обычно хорошо представляют себе, что можно и чего нельзя в юридическом тексте: какие слова употреблять, а какие неуместны. Однако в значительной степени выбор является интуитивным» [5: 13]. Вероятно, этим объясняется постоянный, неугасающий интерес юристов к языку права. Какую бы цель ни ставили перед собой исследователи, все они сходятся во мнении, что язык права довольно специфичен и нуждается в улучшении. Но в работах юристов нет конкретных выводов о его специфике и не указываются способы улучшения языка законов.

«Чтобы эффективно выполнять функцию волеизъявления, законы должны быть безупречными как по содержанию, так и по форме. Язык закона предельно точен» [3: 6]. Как и другие отрасли науки, юриспруденция оперирует определенными терминами – словами и словосочетаниями, называющими специальные понятия, для этого используется лексика различных стиливых пластов, от книжного (*воспрепятствовать, сопряжен, отобрание*) и официально-делового (*сокрытие, недопоставка*) до разговорного (*попрошайничество*); встречается и эмоционально окрашенная лексика, например, *пособник* имеет в словаре помету «неодобр.»).

Стремлением к точному обозначению различных юридических понятий объясняются и активные словообразовательные процессы в языке юристов: *дознание, довыскание, подсудность, наказуемость*. Большинство этих слов, например, *наказуемость, дознание, неподсудный, сонаниматели, правоспособность*, дано в толковых словарях с пометкой «юр.»; некоторые существительные *воспрепятствование, неоказание* и причастие *управомоченные* в словарях вообще не зарегистрированы [2: 132].

В юридических терминах наблюдаются непривычные для литературного языка соединения слов. Например, слово *виновный* обычно имеет значение *совершивший серьезный проступок, преступление*, поэтому сочетается с существительными, обозначающими людей; в языке права оно соединяется со словом действия: *виновные действия*. Слово *меры* сочетается, как правило, с глаголом *принимать*; но в составе юридических терминов *меры воздействия, меры поощрения, меры пресечения* соединяются с глаголом *применять*.

Своеобразны в праве и формы управления. Так, на основе смысловой близости между словосочетаниями *лицо, производящее дознание* и *орган дознания* второе принимает формы управления первого: *передача дела от органа дознания*, хотя правильнее – *из органа дознания*. Глагол *осудить*, имеющий значения: 1) выразить неодобрение кому-либо наказанию, чему-либо, признать дурным; 2) приговорить к какому – либо наказанию; 3) обречь на что-нибудь, в третьем значении управляет винительным падежом с предлогом *на*. Но во втором значении его синонимом является глагол *приговорить*. В результате этого *осудить* в языке права управляет дательным падежом с предлогом *к*; причастие *осужденный* и существительное *осуждение* получают такую же форму управления: *при осуждении к лишению свободы*.

Многочисленны в праве и такие соединения слов в качестве однородных членов: *на основании и во исполнение, в сроки и в порядке, в размере, на основаниях и в порядке, в порядке и по основаниям, по основаниям и в порядке, на условиях и в пределах*, в которых сочинительной связью соединены слова, не являющиеся однородными членами, к тому же грамматическая форма у них разная: *в сроки* – во множественном числе, в винительном падеже, *в порядке* – в единственном числе, в предложном падеже и т. д., что является отступлением от литературной нормы.

Одна из особенностей языка права заключается в том, что многие юридические термины, в том числе и оценочные понятия, являются составными: *безвестно отсутствующий, принятие к своему производству, более мягкий вид наказания*. Это языковые стандарты, или клише, в которых все определено: лексический состав и порядок слов. Клише необходимы, так как обеспечивают точность языка права. Но в употреблении этих устойчивых словосочетаний можно наблюдать интересные явления.

Еще одна особенность этого профессионального языка усматривается в специфичном употреблении однородных членов предложения. Специ-



384 | фичным является то, что в качестве однородных членов могут соединяться слова, называющие неоднородные, несопоставимые понятия или являющиеся разными членами предложения: *те же деяния, совершенные неоднократно (как?) или лицом (кем?), ранее совершившим изнасилование; те же деяния, совершенные в крупном размере (как?) либо лицом (кем?), ранее судимым.*

Некоторые многозначные слова употребляются в нескольких значениях. Так, *заключение* в словосочетании *заключение под стражу* употребляется в первом значении: действие по глаголу *заключить*; в клише *предварительное заключение* оно выступает во втором значении: *нахождение под стражей, состояние того, кто лишен свободы*; в стандартах *заключение эксперта, заключение прокурора* имеет третье значение – *вывод из чего-либо; суждение, сделанное на основании чего-либо*. Примеры многозначности в нормативном правовом языке не единичны. Поэтому «в процессе работы над внешним изложением нормативных правовых предписаний надо сознательно устранять не многозначность как таковую, а все то, что мешает связать со словом известный смысл и безошибочно узнать предмет, названный данным словом». [1: 66].

Своеобразен в языке права порядок слов в отдельных словосочетаниях и предложениях: *умышленное причинение средней тяжести вреда здоровью*. Несогласованное определение *средней тяжести* должно стоять после определяемого слова *вреда*, но это слово входит в состав словосочетания *вред здоровью*, поэтому порядок слов в данном словосочетании определен содержанием. *Представитель предприятия просил оставить обжалуемые судебные акты без изменения, а кассационную жалобу – без удовлетворения, указывая на их законность и обоснованность*. Из-за неправильного порядка слов в предложении полностью искажается его смысл. Обособленное обстоятельство, выраженное деепричастным оборотом, должно стоять после тех слов, к которым оно относится. Исправим: *Представить предприятия, указывая на законность и обоснованность обжалуемых судебных актов. Просил оставить их без изменения, а кассационную жалобу – без удовлетворения*.

Однако наряду с отмеченными явлениями, в текстах законов допущено довольно много языковых погрешностей. Рассмотрим некоторые из них.

Как было сказано, точность формулирования правовых норм требует четкости изложения. Однако есть случаи неточного выбора однокоренных слов, близких по звучанию, но различающихся оттенками значения (паронимы). Так, в уголовном праве существует понятие «принцип вины» (статья 5 УК РФ). А ведь речь должна идти не о *вине*, а о *виновности*, так как *вина* – это «какой – либо проступок, промах, неловкость, неучитливость»; *виновность* же – «серьезный проступок, преступление». Таким образом, понятие в тексте закона определено неточно (статья 77 УПК РФ). В результате смешения паронимов все процессуальные акты грешат подобными ошибками: *вину признал, вина доказана* и т. д. [6: 13].



Без учета значения использовано слово *осуществляют*: «... жестоко обращаются с детьми, в том числе осуществляют физическое или психическое насилие над ними» (статья 69 СК РФ). Но *осуществлять* – «приводить в исполнение, воплощать в действительность». В данном случае правильное употребить *совершают, применяют, чинят* (офиц.) [6: 14].

Выражение *в пьяном виде* закреплено за определенным стилем – разговорным, поэтому употребление его в статьях 162 и 241 Кодекса РФ об административных правонарушениях неуместно. Кроме того, речь в названных статьях идет не о виде человека, а о состоянии, в котором он находится. Надо: в состоянии алкогольного опьянения.

Отмечено в языке права неправильное образование форм слов, например, причастия *следующей* (с него суммы) – статья 402 ГПК РФ. Глагол *следовать* – непереходный, поэтому страдательные причастия от него не образуются. В данном случае лучше употребить – *причитающейся*.

Большую роль в организации текста, в логичном выражении мыслей играет порядок слов. Однако в текстах законов встречаются случаи его нарушения, что мешает правильному их пониманию, порождает двусмысленность, является причиной многословия или нанизывания падежей. Так, в тексте встречается: «Для лиц, совершивших преступление до достижения возраста восемнадцати лет ...» (статья 95 УК РФ). Правильный ответ – *до достижения восемнадцатилетнего возраста*. В результате нанизывания падежей в статье 65 ГК РФ появилась двусмысленность: «Признание юридического лица банкротом судом влечет его ликвидацию». Не следовало разрывать словосочетание *признание судом* [3: 14]

В языке правовых документов специфичны формы управления, они нередко являются следствием нарушения норм литературного языка. Например, слово *основание* в третьем значении («причина чего – либо; то, что объясняет, оправдывает, делает понятным поступки, поведение») управляет существительными в родительном падеже или глаголами в неопределенной форме; в статье же 141 СК РФ оно управляет дательным падежом: «основания к отмене усыновления ребенка». Исправим: *для отмены усыновления*. Причастие *определяемый* управляет творительным падежом, значит, в словосочетании *определяемых по соглашению* (статья 231 ГК РФ) допущена ошибка. Надо: *определяемых соглашением*.

И еще один важный вопрос – о различии речевых клише и штампов. Языковыми стандартами называют готовые, воспроизводимые в речи средства выражения (словосочетания), где точно установлен состав слов и их порядок, поэтому они употребляются в речи автоматически. В языке юристов встречаются речевые штампы – слова и выражения со стертой семантикой и потускневшей эмоциональной окраской: «прекратить дело производством» (статья 378 УПК РФ), «о прекращении дела производством» (статья

386 | 406 УПК РФ), «с прекращением дела производством» (статья 172 УПК РФ), «об отложении дела слушанием» (статья 251 УПК РФ). В чем здесь ошибки? В словосочетаниях перепутаны управляющие и управляемые слова. В праве есть понятие «возбуждение уголовного дела», далее ведется «производство дела». Значит, прекращается производство дела, т.е. прекращается разбирательство, а не само дело. Исправим приведенные штампы: «производство дела прекратить», «о прекращении производства дела», «с прекращением производства дела». Такая же ошибка в штампе «при отложении дела слушанием»: назначается слушание дела, и откладывается тоже слушание дела. Исправим: *при отложении слушания дела*. Соответствующий норме вариант использован в статье 146 ГПК РФ «до отложения его (дела) слушания».

Штампы обычно ведут к многословию, например, «по месту производства усыновления ребенка» (статья 129 СК РФ). Здесь употреблены два отглагольных существительных, обозначающих один и тот же процесс, поэтому допустимо убрать *производство*. Штампом является и выражение «из уголовного дела по обвинению» (статья 26 УПК РФ). Слово *уголовный* употребляется в праве в четвертом значении: «связанный с применением государством мер наказания к лицам, совершившим общественно опасное деяние», значит, уголовные дела всегда связаны с обвинением, и поэтому словосочетание *по обвинению* становится лишним, создает многословие. Правильно построено клише *дела по обвинению* (статья 26 УПК РФ) [6: 6].

Сказанное позволяет сделать вывод: «специфика языка права определяется необходимостью точно передать взаимосвязь юридических понятий и нюансов мысли законодателя. Все названные языковые явления характерны только для правовой сферы общения и наблюдаются только в ней» [3: 8].

Речевая культура юристов будет оставаться на невысоком уровне до тех пор, пока язык законов не станет эталоном официально-деловой речи. Работа над ним должна приводить к тому, чтобы смысл текста легко доходил до сознания читающего. Статус права слишком высок и ответственен, и его язык является показателем уровня культуры наших законодателей, показателем их уважения к тем, для кого законы написаны. Поэтому, формируя и формулируя нормы права и охраняя их, законодатели просто обязаны не нарушать нормы родного языка.

### Литература

1. Губаева Т.В. Язык и право. Искусство владения словом в профессиональной юридической деятельности. – М.: Норма, 2004. – 158 с.
2. Зюкина З.С. Особенности речи юриста// «Филологическое образование в 21 веке: проблемы и способы их решения»: сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции, 19 апреля 2017 г. / под ред. Г.Б. Вершининой и др. – Новокузнецк. НФИ КемГУ, 2017. – С. 131–134.

3. Ивакина Н.Н. Русский язык российского права // Российская юстиция. 2000. № 7. С. 6–14.
4. Ивакина Н.Н. Основы судебного красноречия (риторика для юристов): Учебное пособие. – М.: Юристь, 2013. – 385 с.
5. Крысин Л.П., Статкус В.Ф. Обвинительное заключение: язык и стиль: Практическое пособие для следователей. – М.: Издательский дом «Книжная находка», 2012. – (Правовое поле). – 128 с.
6. Попова Е.П., Фадеева Ю.С., Цыплакова Т.Н. Язык и стиль судебных документов / Приложение к журналу «Арбитражные споры». – Санкт-Петербург: ООО «Кадис», 2012. – 73 с.

*Z. S. Zyukina*

#### **LANGUAGE RIGHTS AND CULTURE OF SPEECH**

*Annotation.* The article is devoted to the identification of the specifics of the language of law, the analysis of active word-formation processes in the language of lawyers, explained by the need to accurately convey the relationship of legal concepts and nuances of thought of the legislator, as well as the consideration of language errors observed in the texts of laws.

*Keywords:* language, law, accuracy, culture of speech.

## РОЛЬ М. В. ЛОМОНОСОВА В ФОРМИРОВАНИИ ПРИНЦИПОВ РОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ЕСТЕСТВЕННО- НАУЧНОЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЕ И РИТОРИЧЕСКОЕ ТВОРЧЕСТВО)

*Аннотация.* Статья посвящена определению значимости вклада Ломоносова в систему русского терминологического образования и созданию им основ культуры естественно-научного исследования. Стилистическая реформа Ломоносова, его теория «трех штилей» соотносятся с процессами современной научной практики. Исследуется стиль ранних естественно-научных трудов Ломоносова (1737–1738 гг.) и освещается роль европейских влияний в формировании мировоззренческих позиций Ломоносова.

*Ключевые слова:* Ломоносов, научная коммуникация, терминологическое образование, идеология автора.

Проблемы особой значимости филологического наследия Ломоносова, его вклада в развитие истории русского литературного языка, риторического знания, теорию поэтической речи, грандиозность стилистических реформ нашли широкое и всестороннее освещение в существующем богатом научном наследии XX в. (П.Н. Берков, В.В. Виноградов, В.П. Вомперский, Б.А. Ларин, С.П. Обнорский, Б.Н. Меньшуткин и др.). Ломоносоведение XXI в. активно развивает новые аспекты исследования. Таковы работы о роли Ломоносова в создании терминологии филологических наук, особой философии слова и концепции языка в творчестве Ломоносова (В.И. Аннушкин); классическом риторическом каноне и ораторском искусстве Ломоносова (Г.Г. Хазагеров); лексикографическое описание риторической терминологии Ломоносова (П.А. Бухаркин, С.С. Волков).

В структуре спецкурса «Основы письменного и устного научного общения» (для вузов негуманитарного профиля), рассматривающего характер передачи информации в научной сфере деятельности, возникающие смысловые барьеры, способы трансформации научного текста (письменной и устной

разновидности), стилистику основных жанров научной речи и современные речевые риски процесса их функционирования, проблема традиций и преемственности исторических этапов развития отечественного научного знания приобретает особую значимость. Знаменательно суждение академика В. И. Вернадского: «В Ломоносове мы видим могучего создателя русского научного языка, из которого непосредственно вышел язык современного русского образованного общества» [5:15].

### *Терминологическое творчество Ломоносова.*

Среди филологических достижений Ломоносова одно из важнейших – создание им терминологического аппарата широкого круга наук. Эта сторона его дарования – продолжение традиций Петра I, видевшего в формировании русской научной терминологии одну из главнейших задач развития науки и культуры. О размахе работы можно судить по судьбе огромного ряда естественно-научных терминов, введенных Ломоносовым (интернациональная терминология, преимущественно греко-латинского происхождения; новые русские термины; переосмысление уже существующих слов; поэтизация одного из терминов – «Письмо о пользе стекла» 1753 г. – представляет собой просветительскую поэму, написанную в форме дружеского послания И. И. Шувалову). Среди основных приемов словопроизводства терминов в текстах Ломоносова – словосложение («время равноденственных новолуний и полнолуний»; «шаровидный эфир»; «медные полуглобусы»; «разноименные полюсы»); суффиксация (продуктивен суффикс «ость»: «твердость», «ломкость», «кислотность», «упругость», «плотность», «вязкость», «светлость», «грубость(минеральная)», «ровность», «белость»). В составе естественно-научной терминологии велика роль фразеологического пласта лексики («двигающая сила»; «воздушный насос»; «зажигательная точка вогнутого зеркала»; «отвращенный луч»; «волшебный фонарь»; «земная зрительная труба»). Блестящим отражением личного вклада Ломоносова в судьбу такой важнейшей науки, как минералогия, служит описание минералов, свидетельствующее, как под воздействием латинского и немецкого языков формировалась терминологическая система русской научной мысли. Представляя научную ценность руинного флорентийского мрамора, Ломоносов создает в описании мраморных мозаик особый образный контекст (силуэты гор, зданий, картины природы), усиливая рельефность стиля научного повествования (основную смысловую функцию выполняют прилагательные – «краеугольный», «продолговатый», «темно-желтый», «обрушившийся» и пр.): «Плитка четвероугольная, продолговатая, из флорентийского мрамора высечена, на которой каменные горы, обрушившиеся здания и облака в их натуральном виде представлены, цвету темно-желтого...» (Описание фотографии образцов мрамора Минералогического музея А.Е. Ферсмана РАН. Инвентарные номера. Размеры. ПДК 2095.13x18.см.15x15см

390 [8: 144]. Минералогические каталоги Ломоносова – создание первого в истории русской науки корпуса терминов геологии, минералогии и кристаллографии. Точность терминологического описания, унификация словоупотребления в словарной статье, устранение терминологической избыточности и приближение к западноевропейским образцам – основные направления редактуры, вносимой Ломоносовым (ср. замену системы прилагательных – характеристик «глиноватый», «жиловатый», «кремневатый», «шишковатый», «пероватый» на единое понятие – «слоеватый» [9: 60].

*Естественно-научное красноречие Ломоносова, обозначенное жанром «Слово» и «Рассуждение».*

В. И. Аннушкин, определяя соотношение терминов язык – речь – слово в русской лексикологии и лексикографии XVIII–XIX веков, в трудах ученых-филологов первой половины XIX века, раскрывает смысл слова у Ломоносова в его филологической многогранности: «... это и словесный дар, свойственный человеку, и речь, и вся совокупность словесных произведений, и сама творческая способность человека мыслить и выражать мысль в речи» [1: 82–83]. Жанром «Слово» обозначены многие естественно-научные публичные выступления Ломоносова 40–60-х гг. XVIII в.: «Слово о явлениях воздушных, от электрической силы происходящих» (1735г.), «Слово о происхождении света (1756 г.), «Слово о рождении металлов от трясения земли» (1757 г.). Государственная значимость развития отрасли промышленности – химии – в контексте истории развития величественной науки, связь благополучия жития человеческого с успехами химической сферы знания звучит в образном контексте – метафоре «Слова о пользе химии, в Публичном собрании Императорской академии наук сентября 6 дня 1751 г. говоренном М.Ломоносовым». Рассуждение приводит автора к выводам о глубинном взаимодействии всех наук: химия позволяет познать сущность явления природы и философии. Используя в доказательстве сочетание методов индукции и дедукции, Ломоносов провозглашает единство гуманитарной и технической сферы знания: «Между художествами первое место, по моему мнению, имеет металлургия, которая учит находить и очищать металлы и другие минералы...» [8: 351]. Описание астрономических, географических, метеорологических наблюдений, открытий изложены в «Рассуждении о большей точности морского пути» (1759г.). Закон сохранения материи впервые был сформулирован ученым в «Рассуждении о твердости и жидкости тел» (1760 г.). В жанре научных выступлений, обозначенных Ломоносовым как «рассуждение», основным способом логического развития мысли является доказательная аргументация.

Вопросы развития научного знания, благотворность их влияния на личность нашли отражение и в панегирическом красноречии Ломоносова («Слово похвальное Елизавете Петровне» (1749 г.); «Слово похвальное блаженныя

памяти государю императору Петру Великому, говоренное апреля 26 дня 1755 года»). В эпоху Просвещения дворянская и разночинная молодежь – желанное будущее новой России, конечная цель государственного поощрения наук, главный результат просветительской деятельности Ломоносова. В «Оде, в которой ее Величеству благодарение от сочинителя приносится за оказанную ему высочайшую милость в Сарском Селе августа 27 дня 1750 года» Ломоносов, обращаясь к государыне Императрице Елизавете Петровне, изображает торжественное шествие наук:

«О вы, счастливые науки!

Прилежны протирайте руки

И взор до самых дальних мест...» [6: 140].

### ***Роль европейских влияний в формировании научного мировоззрения Ломоносова.***

Говоря в «Слове о пользе химии» о «великом благодарении всевышнему человечеству за дарованную к толикам знаниям способность», Ломоносов славит век европейских влияний «премудрого» героя, Великого Петра, который «удаленную от светлости учения Россию принял мужественною рукою и разрушил все препятствия на пути ясного познания» [8: 238]. Идеи европейских влияний никогда не были чужды Ломоносову. Исследование истоков формирования новой научной терминологии, создания особых способов научной популяризации следует искать в детальном рассмотрении марбургского периода научного творчества Ломоносова (1736–1739 гг.), в материалах изучения систем и процессов пересечения гуманитарного и естественно-научного университетского образования. Принципы логики, четкости формулирования задач, предмета суждения (или рассуждения), влияние Х. Вольфа, его рационалистической и телеологической философии сказывалось не только в изучении естественных наук, но и в общем научном единстве глубоких идей методологического характера.

### ***Ломоносовские принципы формирования культуры научного исследования.***

В начальный период творчества одной из важных особенностей разделов научных трудов Ломоносова является структурированность текста и разбиение его на части (в своих последующих работах он отступает от канонической формы изложения, обозначая разделы только номером параграфа). Анализ текста научной диссертации Ломоносова «О превращении твердого тела в жидкое» (1738 г.) позволяет увидеть в структуре собственно-научного стиля элементы популяризации (образность, разговорность, несобственно-прямую речь). Происходит смешение элементов различных стилей, образующих новый слог научного повествования (Ю. А. Бельчиков справедливо считает,

392 | что любой научный текст есть «стилевая стихия») [2: 131]. Проявление разговорности в тексте находит различное выражение: на фоне строгих научных стандартов, соответствующих выводу теоремы («что и требовалось доказать») появляются эмоционально-характеризующие определения («знаменитый Вольф»), разговорная лексика («собираются в пузырьки»), сравнительно – оценочные характеристики: «... так как холодные металлы трудно поддаются ударам молота, обтесывание камней, даже полировка стекол требуют больших усилий покрывающегося потом мастера» [7: 21]. В сочинениях Ломоносова представлена интертекстуальность научного повествования (ссылки на имена предшествующих исследователей – «опытнейший Бургаве»); форма авторизации (авторское «Я»); разговорные конструкции выполняют роль обращения к читателю («через час или два ты найдешь всю воду воспринявшей соль»).

Стилистический анализ текстов естественно-научных трудов Ломоносова позволяет увидеть (при внешней строгости описания, четкости терминотворчества) живой образ автора-повествователя, исследователя и экспериментатора, что свидетельствует о многоаспектном проявлении языковой личности в структуре, семантике и прагматике научного текста, об «идеостиле» (Н.С. Болотнова) его создателя [3]. Анализ функционирования терминов в трудах естественно-научного направления подтверждает, что стилистическая теория Ломоносова расширяется: в поэтической и риторической практике она начинает распространяться не только на жанровые, но и на тематические и экспрессивные разграничения внутри одного и того же текста (тем самым предвосхищается создание новой стилистической системы Пушкина). Характер стилистической оценочности в различных текстах свидетельствуют о том, что их автор пошел на практике далее своих реформ: происходит смешение элементов стилей в соответствии не только с жанром речи (высокий, средний, низкий), но и с этикетной и психологической ситуацией (разрушение границ собственно-научного стиля, экспрессивизация научной речи).

Бессмертно глубокое, проникновенное слово Пушкина о величии Ломоносова. Б. И. Бурсов видит в мудрых словах Пушкина о Ломоносове преемственность традиций двух великих преобразователей русского литературного языка: «А. С. Пушкин в статье о Радищеве подчеркивает особое место в истории России Ломоносова: «Ломоносов был великий человек. Между Петром I и Екатериною II он один является самобытным сподвижником просвещения. Он создал первый университет. Он, лучше сказать, сам был первым нашим университетом» [4: 182 ].

### ***Традиции культуры научного творчества и современность.***

Изучение ломоносовского периода терминологического и риторического естественно-научного творчества (наряду со строгостью современных норм и требований, предъявляемых к написанию научных трудов различных жанров)



способствует формированию культуры воплощения замысла автора; проявлению в тексте научного сочинения морально-нравственной позиции его создателя (характер выводов и заключений отражает не только способ систематизации, всесторонний анализ исследуемого материала, но обладает социальной, исторической, государственной значимостью). Актуальными для XXI столетия остаются положения Ломоносова о значении структурированности научного текста, четкости формулировки методов исследования, корректности терминологического творчества, культуре создания композиции как проявления индивидуальной стилистической манеры автора; об оптимальности соотношения логической доказательности и образности (научно-популярный стиль). Изучение естественно-научного творческого наследия Ломоносова позволяет сделать вывод о взаимодействии опыта двух научных культур – российской и европейской, характере влияния современных зарубежных школ на способ освещения проблемы, сопоставительный анализ обобщений. Символична международная значимость риторического обращения выдающегося преобразователя научного языка к исследователям грядущих поколений (надпись на русском языке на мемориальной доске на здании Марбургского университета):

«Везде исследуйте всечасно,  
Что есть велико и прекрасно,  
Чего еще не видел свет...».

М. В. Ломоносов (из «Оды, в которой ее Величеству благодарение от сочинителя приносится за оказанную ему высочайшую милость в Сарском Селе августа 27 дня 1750 года»).

### Литература

1. Аннушкин В. И. Основы русской филологии. Курс лекций. 3-е изд., стер. М.: Флинта : Наука, 2015. 128 с.
2. Бельчиков Ю. М. Стилистика и культура речи. М.: Изд-во УРАО, 2000. 159 с.
3. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста. Учеб. пособие. 4-е изд. М.: Флинта : Наука , 2009. 520 с.
4. Бурсов Б. И. Судьба Пушкина. Л. : Советский писатель, Ленингр. отделение, 1989. 568 с.
5. Вернадский В. И. О значении трудов М. В. Ломоносова и минералогии и геологии // Словарь языка М. В. Ломоносова: Минералогия / под ред. акад. Н. Н. Казанского. СПб.: Нестор-История , 2010. С. 13–49.
6. Ломоносов М. В. Избранные произведения. 2-е изд. М. ; Л.: Сов. писатель, 1965. 579 с.
7. Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений : в 11 т. Т. 1 : Труды по физике и химии (1738–1746). М. ; Л. : Изд-во Академии наук СССР , 1950. 620 с.
8. Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений : в 11 т. Т. 2 : Труды по физике и химии (1747–1752). М. ; Л. : Изд-во Академии наук СССР , 1951. 726 с.

*I. A. Ivanchuk*

**THE M. V. LOMONOSOV'S ROLE IN THE FORMATION OF THE PRINCIPLES OF THE RUSSIAN SCIENTIFIC COMMUNICATION (THE NATURAL-SCIENTIFIC TERMINOLOGICAL AND THE RHETORICAL CREATIVITY).**

*Annotation.* The article is devoted to determining the significance of M. V. Lomonosov's contribution to the system of the russian term formation and the creation of the culture of the scientific research. The stylistic reform of the University, his theory of the "three styles" correlated with the processes of the modern scientific practices. The role of the european influences in the formation of Lomonosov's scientific worldview is highlighted. The study of the style of Lomonosov's early natural-scientific works (1737–1738) is presented in the aspect of the modern trends in the analysis of the text style.

*Keywords:* Lomonosov, scientific communication, term formation, idiostyle of the author.

## МОДНОЕ СЛОВО ИСТОРИЯ

*Аннотация.* Статья посвящена анализу употребления в онлайн-ресурсах модного слова *история*, которое используется в значении, отличном от словарного, и при этом получает добавочную коннотацию. Рассмотрены признаки лексемы *история* как модного слова и определены контексты его употребления.

*Ключевые слова:* риторика СМИ и интернета, модные слова, слово история, добавочная коннотация.

Модные слова – слова и речевые конструкции, часто используемые в публицистике, рекламе, пропаганде, коммерции, профессиональной деятельности для создания желаемого впечатления осведомленности в предмете разговора или причастности к кругу избранных, придания значимости или новизны тому, о чем идет речь. «Оказывается, модными бывают не только одежда, книги, фильмы, но и слова. Модные слова – явление почти социальное! Людям кажется, употреблять их – значит не быть выброшенными на обочину жизни, значит приобщиться к «сливкам» общества – быть яркими и оригинальными!» – отмечает М.Д. Аксенова [1: 5].

Модными могут быть новые заимствованные слова, например: *хайп, месседж, гламур, драйв, краудфандинг, комьюнити* – и другие современные варваризмы. От сленга или жаргона их отличает то, что они зачастую бывают неизвестными, используются лишь в замкнутых профессиональных кругах или социальных группах, обозначают расплывчатые понятия или неясны по смыслу.

Однако модными становятся также общеизвестные слова, которые начинают использовать в значении, отличном от словарного, и несущими добавочную коннотацию. Некоторые модные слова полностью синонимичны единицам общеупотребительной лексики и используются в функции эвфемизмов во избежание ясности и однозначности выражения или при невозможности точно передать смысл высказывания.

Анализ подобных слов проводится в книге М.А. Кронгауза «Русский язык на грани нервного срыва». Отдельная глава посвящена слову *правильный*. «Кстати, а вы сами носите правильную одежду? Смотрите правильные фильмы? Слушаете правильную музыку? Ходите в правильные места? Или как? Ах, вы не знаете, что следует считать правильным? Читайте глянцево-журналы – вас научат», – обращается к читателю автор. И поясняет: «Такое употребление

396 | слова *правильный* близко по значению французскому выражению *comme il faut*, заимствованному в русский язык как *комильфо*. С помощью слова *правильный* глянцево-журнальные формируют новый стиль поведения, следовать которому должен любой *продвинутый* (еще одно модное слово) человек. Если использовать европейские аналогии, можно сказать, что речь идет о создании нового русского дендизма, особого свода правил “как себя вести”, “какую одежду носить”, “что есть”, “что читать”, “куда ходить” и т. п. И вся эта сложная система скрывается за новым употреблением слова *правильный*, что и объясняет его взлет» [3: 7].

Одним из таких модных слов нашего времени недавно стало слово *история*. Вспомним значения этой лексемы в русском литературном языке: «1. Действительность в процессе развития. Законы истории. <...> 2. чего. Последовательный ход развития, изменения чего-л. И. нашего города. <...> 3. Отдаленное время с его событиями, происшестввиями; прошлое. И. и современность. <...> 4. кого-чего или с опр. Наука, изучающая прошлое человеческого общества. И. средних веков. // Предмет преподавания в средней и высшей школе. Учитель истории. <...> 5. чего или с опр. Наука, изучающая развитие какой-л. области природы, культуры, знания. И. музыки, театра. Военная и. <...> 6. Рассказ, повествование. Поучительная и. И. о любви» [2]. Кроме того, слово *история* используется в разговорной речи, обычно в составе устойчивых сочетаний: «Вечная, обычная и.; та же и. (опять то же самое). Совсем другая и. (совсем другое). Вот такая и.! (вот оно что, вот в чем дело). Вот так и.! (выражение удивления по поводу чего-л.). Нам не миновать истории! Темная и. Влипнуть, попасть в историю» [2].

Однако в современных масс-медиа значение лексемы *история* расширилось бесконечно и изменилось до неузнаваемости. Это уже заметили авторы, пишущие в сети интернет. Приведем несколько цитат об этом слове. «Модное слово "история" сменило уже не модное слово "тема". Теперь все гламурные и пригламуренные особы с глубокомысленным видом произносят "это не моя история". Благородное слово "история" приплетается к чему угодно, даже к шнуркам. Очень страдают этим ведущие всяких телепрограмм», – пишет в ЖЖ kshenska (<https://kshenska.livejournal.com/>). И еще: «Сейчас модная новинка сезона – слово "история". Чтобы быть модным, его в речи нужно лепить ко всем существительным, прилагательным и глаголам. Примерно так: "Если вам говорят, что это дорого, то это не наша *история*. Наша *история* про выгодные тарифы. *История*, когда вы платите много, – это не та *история*, которая связана с нами. Надежность, удобство, простота – это *история* про другое. Делать выгодно – вот та *история*, которая вам нужна". Очень удобно играть в стоклеточные "крестики-нолики" – водишь последовательно ручкой над свободными клетками поля, и, как только слышишь "ИСТОРИЯ" ставишь в клетку "нолик". Главное успевать еще свои "крестики" ставить» (<https://zen.yandex.ru/media/id/592f0a8f7ddde8b70fb1c045/novoe-modnoe-slovo-istoriia>).

Важными признаками модного слова являются современность, универсальность, игровое начало (смена номинаций), демонстративность [4: 453–467]. Приведенные цитаты вполне подтверждают статус лексемы *история* как модного слова нашего времени. Действительно, частотность ее в самых разных контекстах очень высока. По любому поводу могут быть использованы предложения: «Это не моя история» и «Это такая история», – причем слово *история* в них может обозначать буквально что угодно. Изменяя семантику, оно начинает сочетаться с ранее не совместимыми с ним прилагательными.

Проанализируем тексты, в которых данная лексема употребляется в значениях, не свойственных ей в литературном языке.

Рассмотрим текст передачи «Особое мнение» 27.11.18 на «Эхе Москвы» с участием Александра Рыклина, главного редактора «Ежедневного журнала».

В ряде случаев *историей* здесь названо *событие*. Так, о посадке космического аппарата на Марс сказано два предложения с техническими подробностями, после чего резюмировано: «Это поразительная история». Обычно *историей* в таком контексте мы называем последовательное изложение событий, а не краткое описание подробностей одного события. Значит, в данном случае рассматриваемая лексема неуместна.

Об украинских судах в Азовском море говорится: «Насколько действительно все очевидно или не очевидно в этой истории». Ни до, ни после этого собственно *история* не рассказывается, констатируется факт, обсуждается событие. После чего делается вывод: «Последствия всей этой истории, ну, конечно, они будут тяжелые».

Следующие предложения демонстрируют еще более «модный» контекст употребления лексемы *история*. О введении военного положения говорится: «Это уже, в общем, более-менее техническая история». У *истории* здесь появляется модный атрибут – согласованное определение *техническая*, причем совершенно не сочетающееся с данным словом в его традиционных значениях. Яркая примета времени – невозможность подобрать синоним к слову *история*, которое здесь обозначает расплывчатое, неясное, неконкретное понятие.

О реакции ингушского общества на соглашения между Кадыровым и Евракуровым сказано: «Это такая история из нескольких пластов...» Довольно неожиданное определение здесь у слова *история*: из нескольких пластов. Опять крайне сложно объяснить его значение в данном контексте. И далее: «И его победа в этой истории для него важна именно с этой точки зрения». Как известно, победа бывает в борьбе, соревновании, конкурсе и под. Значит, лексема *история* здесь также употреблена в несвойственном ей значении.

Следующее предложение, казалось бы, находится в рамках литературной нормы: «Он пошел на это соглашение, а ведь история длится уже два месяца». Однако вновь никакая *история* не рассказана, обсуждаются нюансы конфликта, после чего следует резюме: «Поэтому я думаю, что история эта

398 | предрешена. А вот реакция ингушского народа на всю эту историю, она не предрешена. Вот тут мы пока ничего сказать не можем. Мы не знаем, как будет развиваться эта история». Очевидно, что предрешена может быть судьба, предрешен может быть исход, наконец, предрешено может быть все, но никак не *история*. Последнее предложение также находится за рамками литературной нормы, поскольку большинство толкований слова *история* уже содержат понятие развития, а другие значения ('прошлое, сохраняющееся в памяти человечества' и 'рассказ, повествование') с идеей развития не совместимы.

Таким образом, из 9 случаев употребления лексемы *история* в данной радиопередаче ни один не находится в рамках литературной нормы.

Вспомнив рассмотренное выше словосочетание *техническая история*, отметим, что сочетание слова *история* с разнообразными, как правило, неуместными согласованными определениями – яркая примета времени. В таких случаях происходит прономинализация существительного, которое теряет конкретный смысл и уподобляется местоимению некто: *промышленная история, косметическая история, автомобильная история, меховая история, бриллиантовая история, модная история, гламурная история, футбольная история, бесполезная история, долгоиграющая история* и под. Приведем еще один контекст с упомянутым словосочетанием: «Техническая история, следствие не закончилось, поэтому раз в полгода следственная группа выходит на продление» («Радио Свобода», Марк Крутов «Техническая история нераскрытого убийства»). «Одноразовой историей» назвал музыкальный продюсер Виктор Дробыш на сайте телеканала «Звезда» победу на «Евровидении» израильской артистки Нетте Барзилай. «"Негатив – это бесполезная история". Чем живет Кирах?» – так выглядит заголовок интервью с минским музыкантом (ПЯРШАК от 25.10.2018).

Отметим название аромата от Faberlic «Chocolate story», что переводится как «Шоколадная история». Это наводит на мысль, что подобное употребление, абсолютно нормальное для английского языка, было перенесено в русский язык, и впоследствии словосочетания *история* + любое относительное прилагательное стали множиться и распространяться.

Затрудняясь определить какое-либо понятие, явление, часто используют выражение: «Это такая история...». К примеру, в заголовок рассказа о выступлении Ольги Рудневой, директора фонда «АНТИСПИД», в рамках «Наверняка VLAGO Марафона» была вынесена ее фраза: «Благотворительность – это иногда такая история, которую ты можешь рассказать через 15 или 20 лет». В подобных случаях используется также конструкция *история о том*: «Дизайн-мышление – это не история о том, понравилось или нет, это история о том, почему понравилось или нет» (статья Martin Foessleitner на сайте журнала «Телеграф» (telegraf.design) от 18.06.18.

Пожалуй, самым частотным контекстом модного слова *история* является выражение *не моя история*, в котором наиболее сильно проявляется проно-

минализация существительного, по сути превращающегося в семантический ноль. Фраза используется по любому поводу, звучит в современных стихах и даже поется со сцены в шлягерах. В сети интернет нами обнаружены многочисленные песни и стихотворения с данной конструкцией.

Песня Алианы Устиненко называется «Ты не моя история», так начинается и припев:

Ты не моя история, не говори до скорого!

Я не отвечу, тебя не замечу, я не твоя мелодия!

Птицей лечу свободная, как ветер, где солнце светит (<http://song5.ru>).

Приведенные слова есть и в шлягере «Из фантиков роман» Кати Ростовцевой. Они, как и в предыдущем случае, повторяются в начале припева:

Ты не моя история, ты мой самообман.

Придумала, не более, из фантиков роман.

Ты заплутавший странник, ты мой случайный гость.

Не для меня посланник; не вышло, не сбылось (<https://pesni.club>).

Точно так же — «Ты не моя история» — озаглавлено стихотворение Регины Петраковой, в котором присутствует интересующая нас фраза:

Да, не моя это история,

Лишь сердца глупого – обман!

Всего лишь – просто аллегория,

Не нужен был тебе роман! (<https://www.stihi.ru/avtor/nytxrf&s=300>)

«Не моя история» — названо стихотворение Ланы Астриковой, эта же фраза звучит рефреном в произведении:

Это, увы, – не моя история....

Тростью зонтом на песке – письмена.

Я ухожу... Нестерпимо больно.

Она – смеется... Она – одна...

Это, увы, не моя история.

Воздух пропитан дымом сигар...

Чайка целует в полете море.

Бог на аллеях выкурил пар

Из анаши густого тумана

Липкого, как семь глотков вранья...

Я ухожу. Не моя история.

Только вот Женщина в ней – МОЯ! (<https://www.chitalnya.ru/work/1332702/>)

Этими строками озаглавлено стихотворение Натали Афанасьевой, а следующим четверостишием оно начинается и заканчивается:

Эта песня не моя,

Не моя история.

Ты любил меня, а я? –

Увлелась, не более. (<https://www.stihi.ru/2017/10/09/7661>)

400 | «Не моя история» – название поста в видеоблоге участника программы «Дом 2» Антона Шоки (<https://dom2.ru/videopost/8040704>).

Выражение *не моя история*, употребленное в интервью какой-либо медийной персоной, неизбежно попадает в заголовок публикации. Это еще раз доказывает бесспорную актуальность модного слова *история* и особенно приведенного контекста его употребления. Примеров тому очень много.

«Ходить везде вместе – не моя история. Я человек самодостаточный, да и Леня тоже» – этой цитатой озаглавлено интервью певицы Анжелики Варум Вадиму Вернику в интернет-издании ОК-MAGAZINE.RU.

Еще одна беседа со звездой носит заголовок: «Евгений Дятлов: пьянствовать – это не моя история» (О. Храбрых, «Экспресс К» от 28.05.18).

Газете «Аргументы и факты» дала интервью актриса Анна Пескова: «Диеты – это не моя история» (АиФ Здоровье № 24 13.06.2017).

А вот название беседы с художницей Сашей Пироговой: «Текст – это вообще не моя история» (Colta.ru от 23.05.16).

«К счастью, это не моя история. Даже не могу предположить, что бы я сделала, расставшись с любимым», – цитирует фигуристку Ирину Слуцкую Woman`s Hit («Дни.ру» от 24.10.16).

Участница проекта «Дом 2» Екатерина Король признается на сайте «Наш-Дом2»: «Клоун Митя – это не моя история!»

Модным выражением увлеклись даже педагоги. «”Это не моя история”. Почему учитель не работает в школе» – озаглавлена публикация Анастасии Шадриной на образовательном портале «Мел». Этими же словами и завершается текст: «Я преклоняюсь перед теми, кто с любовью и от души работает в школе, это настоящие герои. Но это сейчас не моя история...» (<https://mel.fm/blog/anastasiya-shadrina/89714-eto-ne-moya-istoriya-pochemu-uchitel-ne-rabotayet-v-shkole>)

Возможно, популярность фразы *не моя история* объясняется влиянием английского выражения *not my story*. В связи с этим показателен перевод интервью тренера Шона Дайча под названием: Дайч: «„Эвертон“? Нет, это не моя история» (Soccer.ru от 26.10.17). В оригинале на сайте FourFourTwo этот материал озаглавлен “Everton not my story, says Burnley boss Dyche”. Кроме того, в самом тексте есть интересная фраза: “There's no story, it's other people's stories”. На русский язык она переведена следующим образом: «Это истории других людей – не моя». Думается, перевод сделан дословно, без учета смысла. Шон говорит о сплетнях, это видно из следующей его фразы: «Я неоднократно оказывался частью различных спекуляций в течение двух последних лет. Просто продолжаю заниматься работой, которая у меня есть. Сплетни на меня не влияют».

Итак, рассмотренные многочисленные случаи неуместного употребления слова *история* практически в любом значении и сочетании, множество ин-



тервью с вынесенным в заголовки выражением *не моя история* позволяют отнести данную лексему к одним из актуальнейших модных слов нашего времени и рекомендовать людям, следящим за своей речью, относиться к использованию данной лексемы с большой осторожностью, соблюдая чувство меры и уважение к родному языку.

### Литература

1. Аксенова М. Д. Знаем ли мы русский язык? История происхождения слов увлекательнее любого романа и таинственнее любого детектива! М.: Центрполиграф, 2011. 256 с.
2. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. Первое издание: СПб.: Норинт, 1998. Публикуется в авторской редакции 2014 года. [Электронный ресурс] URL: <http://gramota.ru/slovari/> (дата обращения: 30.11.2018).
3. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: АСТ, 2013. 440 с.
4. Мустайоки А., Вепрева И. Т. Метаязыковой портрет модных слов // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегод. Междунар. конф. «Диалог» (Москва, 27–30 мая 2015 г.). Вып. 14 (21): в 2 т. М., 2015. Т.1. С.453–467.

*V.V. Kaverina*

### “HISTORY” AS A FASHION WORD

*Annotation.* The article analyses of the use of the fashionable word “history” in online resources, where it is used in a meaning other than dictionary and acquires an additional connotation. The article considers the history of the lexeme as a buzzword and defines contexts of its use.

*Keywords:* rhetoric of the media and the Internet, buzzwords, the word history, additional connotation.

## КРИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ НЕЛЕГИТИМНЫХ ПРАКТИК РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению оснований критического анализа речевого вовлечения в деятельность нелегитимных организаций. Отмечается, что нелегитимные практики речевого вовлечения имеют несимметричный характер, предполагают инициативу вовлекателя, направлены на формирование готовности у вовлекаемых к осуществлению требуемой от них деятельности вопреки возможным издержкам. Критическая оценка речевого вовлечения дается с учетом его социального характера и выполняется в перспективе трех уровней коммуникации – социального контекста, этапов воздействия и дискурсивного строя.

*Ключевые слова:* риторическая критика, речевое вовлечение, речевое воздействие, дискурс, нелегитимная организация.

**К**ритерии и принципы критического исследования. Современный этап развития дискурсивных исследований характеризуется возрастающей ролью критической методологии в изучении многочисленных коммуникативных практик. При этом само атрибутивное понятие «критический» следует рассматривать в качестве номинального, зависящего от исследовательских установок ряда школ, течений и проектных коллективов.

Так, в одной из первых версий критической герменевтики дискурса — в риторической критике — методология оценивания коммуникативных объектов (артефактов) обеспечивается целым набором критериев, ориентированных на разбор и осмысление персуазивных характеристик коммуникативных феноменов, – критериями эффективности и подтверждения последующими историческими событиями, эффектности, этичности, эстетичности речи, ее соответствия свойствам национального языка, национальному риторическому, а также коммуникативному идеалам и т.д. [3].

Продолжение истории критических исследований коммуникации тесно связано с освоением проблематики общественных наук, что предопределяет рассмотрение дискурса в качестве социального феномена, через который транслируются аспекты неравенства, неравноправия, злоупотребления естественными правами человека, материальными и нематериальными ресур-

сами и т.п. или же осуществляется обсуждение и пересмотр социальных, политических, религиозных и других понятий [2; 10; 12]. Список критериев, обеспечивающих соответствие исследований статусу критических, также претерпевает определенные изменения, затрагивающие оценку дискурса с точки зрения интересов подчиненных социальных групп, нарушения закона и злоупотребления им [1: 24].

Если критические дискурсивные исследования предполагают рассмотрение феномена реализации власти в условиях социальной асимметрии, то исследования, проводимые под эгидой критического жанрового анализа, служат прояснению дискурсивных практик, совершаемых в условиях институциональных контекстов. В этом случае «критический жанровый анализ — это метод “демистификации” профессиональной практики посредством разбора жанровых реализаций» [7: 18]. Критический статус данных исследований определяется их соответствием установке на уменьшение зазора между умозрительным видением жанров и реальным их функционированием.

В данной работе критический характер исследования связан с констатацией (речевого) вовлечения как социального феномена, связанного с незаконным использованием власти, наличием нелегальной (и шире – нелегитимной) группы как очага доминирующего дискурса, разбором тех форм, через которые осуществляются попытки легитимации вовлечателя. Тем самым, с позиции критической методологии исследование реализует:

1) принцип фокусировки на социальных проблемах, обеспечивающей оценку роли дискурса в нарушениях закона и злоупотребления им, в обострении социальных, политических и др. проблем;

2) принцип объяснения дискурсивных явлений с позиции социальной и когнитивной детерминант;

3) принцип аналитической оценки речевого вовлечения с точки зрения критериев легальности, социального доминирования, соотносённости с определенным институциональным контекстом.

### **Речевое вовлечение как аналитическая категория лингвистики.**

Несмотря на то, что тема речевого вовлечения — одна из магистральных для классической риторики, предлагающей социально одобренные интерактивные модели общения оратора с аудиторией, сам термин «(речевое) вовлечение» в качестве аналитической категории, посредством и в аспекте которой изучаются отдельные коммуникативные процессы, состояния и явления, вошел в активный терминологический аппарат лингвистики в начале 80-х годов XX века благодаря исследованиям в области интеракционной социолингвистики и дискурс-анализа [8]. При этом сама проблематика исследований речевого вовлечения унаследована лингвистикой из широкой сферы социальных наук (см. работы Э. Гоффмана, Д. Сигалы, Р. Белла, Дж. Каппеллы и др.), где принятый нами термин соотносится с рядом близких

404 | по смыслу номинаций (involvement, interaction involvement, conversational involvement, involvement in discourse, engagement), по-разному переводимых на русский язык (вовлечение, вовлеченность <в коммуникацию, общение, взаимодействие, разговор>, участие <в коммуникации, общении, взаимодействии, разговоре >). Такое разнообразие эпистемических контекстов и терминов делает искомое понятие переменным.

Например, в лингвистике каждое из имеющихся направлений вносит собственное концептуальное своеобразие в осмысление интересующего нас феномена. Интеракционная социолингвистика соотносит понятие вовлечения с готовностью и способностью субъектов принимать активное участие во взаимодействии на основе общих, разделяемых языковых и социокультурных знаний и имеет дело с наблюдаемым состоянием нахождения в интеракции, отличным от простого совместного присутствия [11]. В дискурс-анализе речевое вовлечение — это один из функционально-языковых параметров, характеризующий такой семиотически маркированный тип участия в коммуникативном событии, который предполагает по преимуществу наличие между собеседниками непосредственного контакта во времени и пространстве, некоей связи, достигаемой людьми в общении и соединяющей их с событиями и обстоятельствами [9; 13]. В этнографии речи вовлечение как тип эмоциональной связи рассматривается прежде всего через национально и социально маркированные формы взаимодействия [6].

Критический подход способствует рассмотрению проявлений асимметрии, отличающих нелегитимные практики речевого вовлечения [5]. При этом объектом внимания становится интеракция, осуществляемая членами ин-групп как по отношению к самим себе, так и по отношению к членам аут-групп. В таком процессе сторона-инициатор формирует и приводит в действие готовность участников интеракции к совершению согласованных поступков, актуализуя у них состояние сопричастности, сопереживания, симпатии, необходимого соблюдения принимаемых социальных обязательств и интеракционных конвенций, разделения ответственности с группой и т.д. (важно, что вовлекаемые лица могут быть доведены до состояния осознанного совершения таких поступков, которые квалифицируются как противоправные деяния). При этом речевое вовлечение выступает частью вовлечения вообще (= процесса формирования среды, обеспечивающей возможность создания условий, следствием которых становится совместная деятельность, реализующая надперсональные цели).

Важным следствием такого разнообразия подходов можно считать то обстоятельство, что вовлечение, в том числе и речевое вовлечение, можно рассматривать в широком и узком смыслах: как процесс формирования условий для совместной деятельности, деятельности во благо группы и как степень участия в интеракции (диалоге или полилоге).

**Оценка речевого вовлечения в деятельность нелегитимной организации.**

Асимметрия социальных позиций вовлекателя и вовлекаемого особенно ощущается в случае рассмотрения таких дискурсивных практик, которые используются агентами нелегитимных организаций в отношении управляемой аудитории. В этом случае движущей силой речевого вовлечения становится доминирование вовлекающей стороны, ее стремление сформировать последователей и лояльно настроенных лиц; само же речевое вовлечение может стать предметом правового преследования.

Разбор и оценку нелегитимных практик речевого вовлечения можно осуществлять с учетом уровней, на которых исследуемый коммуникативный феномен функционирует.

*Уровень социокоммуникативного контекста* предполагает, что речевое вовлечение зависит от некоторого множества «внешних» параметров, таких как программа, идеология, устройство, правовой статус сообщества, его тип с точки зрения отношения к членству в группе, его сознательной подход к культивированию и применению технологий расположения, склонения, вербовки и агитации.

*Уровень, раскрывающий связь речевого вовлечения и речевого воздействия,* описывается в терминах контроля за активностью аудитории, постепенности ее вхождения в ин-группу и сплочения вокруг нее, личной инициативы ее членов.

Речевое вовлечение как процесс изменения состояний и установок вовлекаемых лиц может быть представлено либо с точки зрения присвоения и применения объектами вовлечения идеологии организации, либо с позиции взаимодействия организации с обществом как реальным и потенциальным источником единомышленников, новых адептов и стейкхолдеров.

В первом случае речевое вовлечение описывается в аспекте тех состояний, которые характеризуют степень инкорпорированности объектов (субъектов) в деятельность нелегитимных организаций, а именно: (1) «якорение», (2) подготовка к принятию установок и целей организации, (3) вхождение в организацию (= членство, закрепленное клятвой, уговором, кодексом и т. п.), (4) погружение в деятельность [4: 463].

В последнем случае речевое вовлечение представляет собой процесс несимметричного взаимодействия ин-группы с аут-группой и складывается из этапов: (1) формирования сообщества, (2) совместного совершения деятельности членами сообщества, имеющими разную степень вовлеченности, (3) совместного созидания образа организации, в том числе и за счет лояльно настроенных лиц, (4) выхода на более широкую аудиторию [5].

Примечательно, что на каждом этапе речевого вовлечения обнаруживаются: (1) типовые интенции вовлекателя; (2) характерные стратегии и тактики речевого воздействия; (3) специфические типы коммуникативных реакций, свидетельствующие о различной степени вовлеченности объекта; (4) особые жанры речевого вовлечения, форматы и типы коммуникации.

На *уровне дискурсивного строя* речевое вовлечение определяется по маркерам: (1) коммуникативной активности (в том числе активного и рефлексивного слушания), регулярности присутствия, посещений; (2) инклюзивности, кооперативности, самоидентификации; (3) близости к внутрикorporативному контексту; (4) лояльного отношения к «своим» и неприятия «других»; (5) готовности к выполнению чего-либо противозаконного, его сокрытия, маскировки.

Дискурсивное поведение вовлекателя состоит в том, что он организует общение, проводит обучающие и иные занятия, активизирует и направляет деятельность вовлекаемых, использует специальные обращения с целью усиления апеллятивной и контактоустанавливающей функции, продуцирует пространственные монологи, доминирует в диалогах, расставляет содержательные акценты, настойчиво проводит ключевые идеи, разъясняет необходимые положения, осуществляет контроль и коррекцию восприятия и понимания информации, получаемой участниками, их речевых и иных действий, свободно выражает собственное «я» – высказывает мнение, оценку, дает директивные указания, советы, рекомендации, инструкции, резюмирует, делает выводы, в том числе убеждающие участников группы в необходимости выполнения призывных действий, информирует о предстоящих делах, руководит планированием совместной деятельности группы, сообщает о решениях вышестоящего руководства, мотивирует вовлекаемых, вдохновляет их, позволяет себе повышение тона речи, перебивы, критику, требует отчета о проделанной работе и, в то же время, сам отчитывается о проделанной работе перед вышестоящим руководством, следит за активностью подчиненных и т. п.

Дискурсивное поведение вовлекаемых прослеживается в том, что они соблюдают субординацию по отношению к коммуникативному лидеру, объем и развернутость их реплик варьирует в зависимости от этапа вовлечения (в целом он заметно увеличивается по мере вхождения вовлекаемых в организацию); они дают ответы на поставленные лидером вопросы, спрашивают разрешения, прежде чем изменить направление дискуссии, выполнить какие-либо действия, склонны соглашаться с субъектом вовлечения, интерпретируют происходящее под углом зрения лидера, запрашивают у него дополнительную информацию, советы, рекомендации, отчитываются перед ним, демонстрируют позитивный настрой на восприятие информации, выражают уровень собственного понимания, стремятся лучше разобраться в обсуждаемых вопросах, готовят домашние задания и демонстрируют их выполнение, принимают и соблюдают нормы взаимодействия в группе, готовят отчет о работе, об интересующих лидера людях и т. д.

Оценка дискурсивного строя также предполагает отдельное рассмотрение разнообразных коммуникативных явлений, в том числе форм и форматов взаимодействия и воздействия, которые используются в системе вербовки и обучения

адептов нелегитимного сообщества. В этом смысле показательна динамика жанра сократического диалога. Данный жанр в условиях вербовки реконтекстуализируется, преобразуется в агитационно-обучающую форму изложения готовых идей, структурированную таким образом, чтобы не только указать адресату на требуемое от него поведение, но и обучить вовлеченных технике работы с первичной аудиторией (тому, при каких обстоятельствах стоит располагать к себе, к кому подходить, как себя вести, как заставить аудиторию согласиться с вовлекателем, добиться от нее признания формулируемых идей и т. д.).

Таким образом, использование критического метода позволяет обратить внимание на нелегитимные практики речевого вовлечения, за счет чего исследуемый феномен оценивается как (1) имеющий социальный характер, (2) транслирующий претензии на власть нелегальной (нелегитимной) группы, (3) реализующий комплекс средств (технологии) речевого взаимодействия с социумом с целью расположения, воспитания, вербовки новых адептов, их включения в активную деятельность ради достижения программных целей сообщества.

*Статья выполнена в рамках гранта РФФИ № 18-012-00574 «Лингвокультурные доминанты легитимных/нелегитимных политических дискурсивных практик в пространстве русскоязычной коммуникации: типологическое исследование».*

### Литература

1. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
2. Катышев П.А., Чжао Янь. Критический дискурс-анализ и критические дискурсивные исследования // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. Материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения». М., 2018. С. 266–270.
3. Смолененкова В. В. Основы риторической критики. М., 2018. 192 с.
4. Хазимуллина Е. Е. Механизм речевого вовлечения в деятельность экстремистских организаций // Acta linguistica petropolitana. Труды института лингвистических исследований РАН. 2016. Т. XII. Ч. 3. С. 453–469.
5. Araeva L. A., Katyshev P. A., Osadchiy M. A., Olenev S. V. Recontextualization of the Religious Term ‘Ziyarat’: Critical Discourse Study // European Journal of Science and Theology. 2018. Vol. 14. No.5. С. 137–149.
6. Besnier N. Involvement in linguistic practice: An ethnographic appraisal // Journal of Pragmatics. 1994. № 22. P. 279–299.
7. Bhatia V.K. Critical genre analysis: theoretical preliminaries // Hermes — Journal of Language and Communication in Business. 2015. № 54. P. 9–20.

- 408 | 8. Bozhenkova N. A., Katyshev P. A., Afanasyeva E. M., Saakyan L. N. Involvement in the activities of illegal organizations as a linguistic problem // OPCION. Universidad del Zulia. 2019. Vol. 34. No 86. (в печати)
9. Chafe W.L. Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature // Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy / Edited by D. Tannen. Norwood, 1982. P. 35–53.
10. Fairclough N.L., Wodak R. Critical discourse analysis // Discourse as Social Interaction / Edited by T.A. van Dijk. L., 1997. P. 258–284.
11. Gumperz J.J. Discourse Strategies. Cambridge, 1982. 225 p.
12. Krzyżanowski M. Recontextualisation of neoliberalism and the increasingly conceptual nature of discourse: Challenges for critical discourse studies // Discourse & Society. 2016. № 27(3). P. 308–321.
13. Tannen D. Talking Voices: Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse. Cambridge, 2007. X, 223 p.

*P.A. Katyshev*

### **CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS ILLEGITIMATE PRACTICES OF VERBAL INVOLVEMENT**

*Annotation.* The article is devoted to the consideration of the grounds for the critical analysis of verbal involvement in the activities of illegitimate organizations. It is noted that the illegitimate practices of speech involvement are asymmetric in nature, suggest the initiative of the engaging party, and are aimed at the formation of readiness involved in the implementation of the required activities against possible costs. The critical assessment of verbal involvement is given taking into account its social nature and is carried out in the perspective of three levels of communication – social context, stages of influence and discursive order.

*Keywords:* rhetorical criticism, verbal involvement, verbal influence, discourse, illegitimate organization.



## ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ РЕЧЕВОМУ ЭТИКЕТУ ЛАОССКИХ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ

*Аннотация.* Статья посвящена особенностям обучения русскому речевому этикету лаосских военнослужащих. Представленные в работе упражнения, игры, этикетные формулы служат хорошим средством обучения запоминанию и ситуативному употреблению различных разговорных клише.

*Ключевые слова:* русский язык как иностранный, речевые формулы, речевой этикет, говорение, диалог.

В Тюменском высшем военно-инженерном командном училище уже четвертый год обучаются лаосские курсанты. Они приезжают учиться военному делу, как правило без знания русского языка. Обучение будущих иностранных специалистов начинается с обучения русскому языку, поскольку преподавание специальных дисциплин ведется на русском языке. Формирование профессиональной компетенции иностранных курсантов зависит от успешного овладения устной и письменной русской речью на подготовительном курсе.

Овладение русским языком представителей восточноазиатской страны вызывает значительные трудности, связанные с существенными различиями в фонетике и грамматике. Значительные сложности представляет и обучение носителей лаосского языка русскому речевому этикету, который является одним из важных элементов общей и языковой культуры, а кроме того, является важным и в профессиональном общении – речевой этикет в военной сфере обладает своими особенностями.

Этикет – это функционально-семантическая микросхема языковых единиц, привязанных к шаблонным ситуациям, социально созданных и национально-специфических, регулирующих правила речевого поведения относительно социолингвистической тональности общения [6: 12]. Речь человека является показателем его интеллекта и культуры. Чем речь точнее, образнее выражает мысль, тем значительнее человек как личность и тем ценнее он для общества [4: 64].

Обучение русскому речевому этикету начинается уже на первых занятиях. Первое слово – приветствие «здравствуйте» говорим по-лаосски «сабайди»; при этом складываем ладони вместе и подносим их к подбородку, как при-

410 нято у лаосцев. Они отвечают нам улыбками и теми же жестами. Прощаясь, мы говорим «до свидания» по-русски и по-лаосски «ла кон». Отрабатываем военное приветствие «здравия желаем», вводя обращения: товарищ преподаватель, товарищ капитан, товарищ майор, товарищ подполковник.

– Товарищ подполковник, разрешите обратиться.

– Здравия желаем, товарищ преподаватель!

Предлагаем обратиться с просьбой к преподавателю, майору, капитану, другу, подруге, родителям, прохожему.

Спрашиваем курсантов, как к ним обращаются родители, брат или сестра, друзья. В современной лаосской семье родные обращаются друг к другу по имени. Хотя в некоторых семьях сохранился обычай обращаться к детям по прозвищу, которое было первым детским именем: Баккоп – первенец, Туй – толстый, Чоай – худой, Сум – высокий, Там – низкий. Обращаются и по второму имени, которое было дано ребенку во время его болезни, правда, не очень благозвучное: Ма – Собака, Катай – Кролик, Линг – Обезьяна. Эти имена, по мнению лаосцев, защищают человека от плохих духов.

Лаосцы испытывают большие затруднения в произношении имени и отчества, поэтому в обращении к преподавателю употребляют слово «преподаватель». Надо сказать, что в военном вузе к гражданскому преподавателю принято обращаться *товарищ преподаватель*. В лаосском языке отсутствует уменьшительно-ласкательная форма имени. Наши имена: Сашка, Санька, Сашенька, Саня – непонятны иностранцам, поэтому часто лаосцы при обращении заменяют имена местоимениями *он, она*.

Друзьям и хорошим знакомым мы говорим: «Привет!». Мужчины во время приветствия часто используют рукопожатие, иногда похлопывание друг друга по спине. В Лаосе обычно нежимают руки друг другу, но с удовольствием пожмут руку европейцу, зная, что у тех так принято. Не принято обниматься с лаосцами, подавать им руку для рукопожатия, которое чаще всего заменяется традиционным жестом: сложенными перед грудью ладонями и легким поклоном. Особенно это относится к общению с женщинами. Приветствуют друг друга лаосцы радостными жестами и оживленной беседой. «Сабайди!» – это самая распространенная форма приветствия, означает «как поживаешь?».

Предлагаем упражнения на употребление формул-приветствий: Привет! Добрый вечер! Здравствуй! Добрый день! Кого я вижу! Рада тебя видеть! Добро пожаловать! С приездом! Здравия желаю!

Задание: определите, кто, кому, где, когда это говорит?

Например, «Здравия желаем!». (Кто?) курсанты приветствуют (кого?) командира (где?) на плацу (когда?) во время построения. Приветствуя по-военному, курсанты по очереди командуют группе: «Стройся! Направо! Налево! Кругом! В две шеренги становись!». В игровой форме отрабатываем военные команды.

Необходимо учить военнослужащих тому, как правильно представиться, как познакомиться.

– Товарищ майор, разрешите представиться.

– Товарищ капитан, разрешите представиться: младший лейтенант Кхунмисай.

– Познакомьтесь, это мой друг.

– Как вас зовут? Как ваше имя, отчество? Как ваша фамилия?

Знакомим лаосских курсантов со словами благодарности: *спасибо, большое спасибо, спасибо за помощь, спасибо за приглашение, спасибо за информацию, благодарю вас*. Ответные реплики: *пожалуйста, не за что, не стоит, ну что вы, что вы!*

Рассказываем курсантам о том, что означает слово *спасибо*. Когда мы говорим спасибо, мы выражаем благодарность. В старину это было не одно слово, а два: спаси Бог. Это означало «пусть спасет тебя Бог».

Можно спросить иностранцев, как они понимают выражение «пусть спасет тебя бог». А что означает их спасибо, по-лаосски «коптяй»?

Предлагаем задание: *поблагодарите друг друга за помощь, за приглашение, за информацию, за подарки, используя слова благодарности и ответные реплики*.

1) Спасибо тебе большое! – Пожалуйста. 2) Спасибо за помощь. – Не за что. 3) Благодарю за информацию. – Не стоит. 4) Спасибо за чай. – Ну что вы. 5) Большое спасибо, что помогли мне. – Всегда рада помочь. 6) Спасибо за шоколад. – На здоровье.

В России принято говорить спасибо гостю, подарившему подарок, человеку, уступившему вам место в транспорте, таксисту, который вас подвез, продавцу в магазине.

В магазине. Продавец: «Спасибо за покупку!». Покупатель: «Спасибо!».

Чихнувшему человеку можно сказать: «Будь здоров!», в ответ услышите: «Спасибо».

Учим словам прощания: *До свидания! До встречи! Желаю удачи! До завтра! Будьте здоровы! Ни пуха ни пера! Жду ответа! Счастливо! Ну, мне пора. Увидимся! Разрешите идти? Прощай! Всем пока, отключаюсь. Всего! В добрый путь!* Приводим примеры речевых ситуаций и формул прощания.

1) *В любой ситуации.* – До свидания! 2) *Приеду через год.* – Прощай! 3) *Через неделю увидимся.* – До встречи! 4) *В любой ситуации.* – Всего доброго! Всего хорошего! 5) *Другу.* – Пока! Всего! 6) *Завтра воскресенье.* – До понедельника!

Этические нормы русского языка касаются и обращения на «ты» или «вы». Говорим, что на «ты» можно обратиться к другу, к младшему школьнику, к ребенку. Согласно правилам этикета, мы используем обращение «Вы» к одному человеку: преподавателю, врачу, офицеру, человеку старшего возраста. Кстати, в лаосских семьях к родителям принято обращаться на «вы».

412 | Учим иностранцев, как обратиться к собеседнику с просьбой, как начать разговор. *Вы не знаете, что (кто) это? Извините, пожалуйста, что это? Скажите, пожалуйста, кто это? Будьте добры... . Не скажете ли вы...? Вы не скажете мне...? Разрешите спросить вас... . Можно спросить вас...? Можно вас попросить...?*

Вы хотите попросить извинения: «Простите, пожалуйста», «Извините, пожалуйста», «Прошу простить меня», «Прошу извинения».

В ответ на извинение: «Ничего, пожалуйста», «Ничего, не беспокойтесь», «Пустьяки, ничего страшного».

Лаосские курсанты очень быстро усваивают наши манеры общения, но с трудом проговаривают этикетные слова. Надо сказать, что лаосцы очень приветливые и доброжелательные люди. Они имеют прекрасное чувство юмора, которое их всегда выручает в жизненных ситуациях. На улыбку они ответят улыбкой. Если на лице лаосца нет улыбки, значит, он испытывает гнев.

При изучении речевого этикета мы опираемся на диалоговую форму, диалоги-шаблоны, иначе – речевые формулы, которые проявляют себя в стереотипных ситуациях речевого общения. Это речевое общение регламентируется принятыми в обществе нормами [4: 64].

Приведем примеры диалогов, реплики которых можно применять при изучении различных лексических тем («Семья», «Друзья», «Институт», «Магазины», «Город» и т.д.).

- Ты обещал мне позвонить и не позвонил.
- Извини, пожалуйста.
- Это мой друг.
- Рад познакомиться.
- Мы будем жить в одном общежитии.
- Вот здорово!
- У меня завтра экзамен.
- Удачи тебе!
- Ты опять опоздал.
- Прости.
- Извините, я вам не помешал?
- Ну что вы.
- Ой, я взял твой карандаш.
- Ничего.
- Я забыл твой адрес.
- Ничего страшного.
- Я забыл принести твою книгу.
- Да ладно.
- Вы мне поможете?
- Да, конечно.

- Пойдем завтра в кино.
- С удовольствием.
- Можно взять твою линейку?
- Конечно, бери.
- Я забыл твой номер телефона.
- Не страшно.
- Завтра не будет самостоятельной подготовки.
- Замечательно!
- Извини, я опоздал. Ерунда.
- Всего на одну минуту.
- А сейчас пойдете пить чай.
- Спасибо. Отличное предложение.

На занятиях по русскому языку можно использовать игры по речевому этикету. Они формируют у иностранцев навык вежливого, этичного речевого поведения, которое соответствующего нормам, принятым в современном российском обществе.

Игра «Настойчивый друг». Отрабатываются конструкции приглашения, согласия, отказа. Игра проводится в парах. Например, один из играющих добивается согласия другого на свою просьбу, предложение, а другой отказывается, объясняя причину своего отказа.

- Давай в воскресенье пойдем в кино.
- Извини, но я не могу.
- Но в выходной день нет занятий.
- Да, но мне нужно готовиться к экзамену. Пригласи кого-нибудь другого.
- Я хотел сделать тебе сюрприз.

Игра «Просьба». Необходимо выразить одну просьбу как можно большим количеством способов. Один студент придумывает любую просьбу. Затем курсанты по цепочке выражают эту просьбу по-другому, используя другие конструкции. Выигрывает тот, на ком цепочка заканчивается.

- Пожалуйста, купи мне лекарство.
- Можно тебя попросить купить лекарство?
- Будь добр, купи мне лекарство.
- Я прошу, купи мне лекарство.
- Слушай, купи мне лекарство, пожалуйста.
- Ты можешь мне купить лекарство?
- Будь другом, купи лекарство.

Игра «Дозвонись до друга». Возможные задания:

- Позвони Суксавану и пригласи его в кино.
- Позвони подруге и пригласи ее в театр на спектакль.
- Позвони Ли и пригласи ее в кафе, которое находится в центре города.
- Позвони преподавателю и поблагодари его за консультацию.

- Позвони брату и поздравь его с днем рождения.
- Позвони брату и пожалуйся ему на свои проблемы.
- Позвони папе и извинись за то, что долго не звонил ему.

Русский язык считается одним из наиболее сложных для изучения языков. Для иностранных курсантов, обучающихся в России, задача изучения русского языка усложняется, поскольку это новая для них культура, оторванность от привычных условий жизни [5]. Поэтому необходимо помочь им преодолеть психологические барьеры в процессе обучения. Этого можно добиться на занятиях с помощью игровых заданий, упражнений по речевому этикету. Что касается лаосских военнослужащих, то им особенно трудно, поскольку на родине они не проходят курс родного языка (с филологической точки зрения), поэтому у них не сформированы умения сознательного анализа языка. Обучая лаосских курсантов русскому языку, необходимо знать не только особенности их языка, но и познакомиться с культурой лаосского народа.

Что нужно знать российскому преподавателю, обучающему представителям Лаоса?

1. Традиционное приветствие лаосцев: простое складывание ладоней рук перед собой на уровне груди, которое сопровождается небольшим поклоном головы. Не принято обниматься с лаосцами, подавать им руку для рукопожатия. В официальной обстановке можно здороваться, протягивая руку.

2. Не принято разговаривать с лаосцами на повышенных тонах, громко выражать свое недовольство, ругаться, оскорблять.

3. На занятиях нежелательно торопить лаосцев, заставлять их быстро выполнять задания. От этого они начинают испытывать дискомфорт.

4. Не принято отказываться от предлагаемого угощения, открыто говоря, что вы этого не едите или вам это не нравится.

5. В Лаосе, как в буддийской стране, голова считается самой важной частью тела. Она является пристанищем души и символом чистоты, поэтому прикасаться и гладить по голове лаосцев нельзя. Ноги считаются самой грязной частью человеческого тела. Поэтому никогда нельзя указывать на что-нибудь ногами, не вытягивать ноги под столом, показывая подошву обуви, не помещать ноги на мебель. Все это будет считаться признаком плохого тона и представляется для лаосцев оскорбительным.

### **Литература**

1. Байбурин А. К., Топорков А. Л. У истоков этикета: Этнографические очерки. Л.: Наука. Ленингр. отд-е, 1990. 168 с.
2. Богданова Г. А. Речевой этикет: Обучаем речевому этикету. М.: Просвещение, 1995. 65 с.
3. Крючкова Л. С., Мощинская Н. В. Практическая методика обучения русскому языку как иностранному. Учебное пособие. М.: Флинта, 2009. 480 с.

4. Массалова А. Э. Формулы речевого этикета в практике преподавания РКИ (на материале упражнений) // Международный научно-практический и методический журнал «Смальта». 2015. № 6. С. 64–68.

5. Массалова А. Э. Концепция обучения русскому языку иностранных военнослужащих инженерного профиля // Педагогическое образование в России. 2018. № 8. С. 196–202.

6. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М.: Высшая школа, 1989. 156 с.

*N.S. Katysheva*

#### **TRAINING OF RUSSIAN SPEECH ETIQUETTE LAO SOLDIERS**

*Annotation.* The article is devoted to the peculiarities of teaching Russian speech etiquette to Lao soldiers. Exercises, games, etiquette formulas presented in the work serve as a good means of learning to memorize and situational use of various conversational clichés.

*Keywords:* Russian as a foreign language, speech formulas, speech etiquette, speaking, dialogue.

*доктор филол. наук, профессор кафедры русского языка как иностранного  
и межкультурной коммуникации Орловского государственного  
университета им. И.С. Тургенева  
Орел, Россия*

## **ОРАТОРСКИЙ ТАЛАНТ В.О. КЛЮЧЕВСКОГО И ЕГО ИЗУЧЕНИЕ**

*Аннотация.* Статья посвящена изучению особенностей ораторского таланта В.О. Ключевского, его влиянию на умы и сердца студентов. Раскрываются особые риторические приемы и основные средства коммуникативного воздействия оратора на аудиторию; проводится риторический анализ вербальных и невербальных средств воздействия и взаимодействия с аудиторией, делаются определенные выводы.

*Ключевые слова:* риторика, артистизм, обаяние, интимизация, музыка речи, голос, произношение, художественное внушение, глубинное общение.

Современной студенческой аудитории, по нашим наблюдениям, нужен преподаватель, обладающий риторической культурой и обаянием [3; 5], нужна живая душа, живой ум, живая фантазия ученого, помогающая осваивать предмет речи, а не традиционное, сухое, «ученое» изложение фактов: «Научный язык должен быть легким» (Д.С. Лихачев); «Кто ясно мыслит, ясно излагает» (Н. Буало).

В связи с этим проанализируем особенности ораторского таланта выдающегося ученого-оратора, известного русского историка, академика, профессора Московского университета Василия Осиповича Ключевского (1841–1911). Обратимся к свидетельствам его современников, например, к воспоминаниям Е.Д. Поленовой: «Сейчас возвратилась с лекции Ключевского. Какой это талантливый человек! Он читает теперь о древнем Новгороде и прямо производит впечатление, будто это путешественник, который очень недавно побывал в XIII–XIV веке, приехал и под свежим впечатлением рассказывает все, что там делалось на его глазах, и как живут там люди, и чем интересуются, и чего добиваются, и какие они там» [Е.Д. Поленова. Цит. по: 8: 24]. Необходимо обратить внимание на тот факт, что профессор не просто читает о древнем Новгороде, – он «рассказывает, как путешественник». Это действительно великий дар талантливых педагогов-риторов. А. Белов также отмечает высокий артистизм и эмоциональность академика: «В течение одной и той же лекции лицо и тон Ключевского беспрестанно менялись в зависимости от того, что он говорил» [А. Белов, цит. по 8: 25].



Следовательно, на аудиторию производит большое впечатление артистизм и обаяние личности оратора, гармония формы и содержания речевого (вербального и невербального) общения преподавателя вуза.

А.Ф. Кони вспоминает: «На кафедру взошел Ключевский... В его манере говорить я почувствовал особое умение настроить и обострить внимание слушателей. Простое, без всяких вычур слово его было так полновесно и с таким искусством соединяло в себе отвлеченные определения, широкие обобщения и жизненные образы, что слушающий очень скоро чувствовал себя во власти лектора. В сжатое и точное его изложение по временам и совершенно неожиданно вправлялись афоризмы, в которых одновременно блистали яркая мысль и тонкое остроумие».

Разумеется, успех лекции определяется прежде всего ее содержанием. Ключевский неустанно работал над текстом лекций, над их содержанием, образностью, стройностью. Структура лекции была ясна студенту. Лекция состояла из сравнительно немногих отделов, логически тесно связанных между собой, вытекающих один из другого. Обработка содержания лекций, их свежесть, новизна, отчетливость построения – первое и самое значительное требование лекторского искусства. «Главной привлекательностью Ключевского, – по выражению одного из учеников, – было его умение «необычайно просто изложить самые трудные сюжеты, вроде, например, вопроса о возникновении земских соборов, вопроса о происхождении крепостного права». А.Ф. Кони говорит о «неподражаемой ясности и краткости» Ключевского, о «чудесном русском языке» Ключевского, «тайной которого он владел в совершенстве» [1: 145–163]. В.О. Ключевский стремился к образности, «доходчивости», простоте речи. С этой целью он часто использовал различные средства художественной выразительности, русские пословицы и поговорки, характерные народные обороты и крылатые выражения. Известен афоризм Ключевского о необходимости простоты: «Мудрено пишут только о том, чего не понимают».

Сам же Ключевский всегда находил простые, понятные, свежие слова. А свежее слово радостно укладывается в голове слушателя и остается жить в памяти. Вот несколько примеров из лекций академика. Описывая природу России и русского человека в ней, Ключевский отмечал особенную любовь его к реке: «На реке он оживал и жил с ней душа в душу. Он любил свою реку, никакой другой стихии своей страны не говорил в песне таких ласковых слов, – и было за что. При переселениях река указывала ему путь, при поселении она – его неизменная соседка: он жался к ней, на ее непоеном берегу ставил свое жилье, село или деревню. В продолжение значительной постной части года она и кормила его. Для торговца она – готовая летняя и даже зимняя ледяная дорога, не грозила ни бурями, ни подводными камнями: только вовремя поворачивай руль при постоянных капризных извилинах реки да помни мели, перекаты» [2: 68–69].

В данном тексте наблюдается интимизация, предполагающая посвящение слушателя в «тайное», «запретное», «личное». Прием интимизации снимает дистанцию между автором и реципиентом. Интимизация способна сделать событием самые незначительные с объективной точки зрения факты человеческого быта и бытия. Так, например, река в данном тексте становится жизненно важным событием для русского человека: река для него – путь, соседка, кормилица, готовая летняя и даже зимняя ледяная дорога. (Заметим, что все русские города строились именно на берегах рек).

В одной из лекций «Курса русской истории» Ключевского раскрывается вопрос о влиянии природы на народное хозяйство великоросса и на его национальный характер. В этом знаменитом тексте богато привлечены раскрывающие тему русские поговорки, пословицы, приметы. Великороссия «со своими лесами, топями и болотами на каждом шагу представляла поселенцу тысячи мелких опасностей... Это приучало великоросса зорко следить за природой, смотреть в оба, по его выражению... не соваться в воду, не поискать броду...».

По мнению современников, В.О. Ключевский владел даром «художественного внушения». Слушатели отмечали особые риторические приемы Ключевского. Он умело оживлял и обострял внимание аудитории контрастностью переходов от одной интонации к другой. Так, лирический тон рассказа о каком-либо событии неожиданно сменялся у него едким сарказмом, выход из напряжения создавался нотой внезапного комизма, и «шелест смеха» пробегал по аудитории. Серьезное обобщение вдруг сменялось ярким конкретным штрихом, неожиданной метафорой, шуткой.

Цель — и слегка рассмешить, и дать почувствовать подтекст значительной разницы, и сразу запомнить. Например, царь Алексей Михайлович был обрисован лектором как человек сложного «переходного» времени. «Он уже почувствовал возникновение некоторых новых задач, вставших позже во весь рост в царствование Петра I, но в то же время еще сильно скован русской стариной, старым строем и прежними обычаями. Он как бы занес одну ногу, чтобы сделать новый шаг, да так и застыл в этом неудобном положении». И не было слушателя, который не запомнил бы этого образа и соответственно основной его идеи. Десятки раз расходившиеся с лекций студенты наглядно изображали в коридоре «промежуточное» положение царя Алексея и, ваяясь с ног, под смех товарищей, обсуждали «переходные» особенности XVII века» [9: 26].

Слушатели В.О. Ключевского писали ему: «Завидев вас на кафедре, мы целиком отдавались в вашу власть». Следует отметить, что каждая лекция профессора была праздником для студентов. По свидетельству А.И. Яковлева, «... слушатели Ключевского стремились занять места в аудитории заблаговременно...» [Яковлев, 1946; 95]. И «тишина устанавливалась в аудитории

немедленно, «жуткая», «многоговорящая» тишина, как пишет один из слушателей. Ключевский говорил, изредка заглядывая в свои записки, «со склоненным не то к рукописи, не то к аудитории корпусом», иногда приподнимая руку «в уровень с открытым лбом», откидывая прядь волос. Одни говорят о «зажмуренных глазах», другие — об остром сверкании глаз. Очевидно, бывало и то и другое. «Его лицо приковывало к себе внимание необыкновенной нервной подвижностью, за которой сразу чувствовалась утонченная психическая организация». Прядь волос всегда «характерно свешивалась поперек лба, прикрывая давний шрам на голове». Глаза, полускрытые за стеклами очков, иногда «на краткий миг» «сверкали на аудиторию черным огнем, довершая своим одухотворенным блеском силу обаятельности этого лица», вспоминает его ученик А.А. Кизеветтер. «Сухую и изможденную» фигуру Ключевского «злые языки сравнивали с допетровским подьячим, а добрые — с идеальным типом древнего летописца», — пишет другой слушатель [1: 164, 185].

По свидетельству очевидцев, Ключевский всегда читал «тихо»: у него был «негромкий, спокойный голос» (М.М. Богословский), «тихий голос», «слабый голос» (А.Ф. Кони), «тихая речь» (А.А. Кизеветтер), «слабый голос» (В. Уланов). И вместе с тем все говорят о «привлекательном», даже «необыкновенно привлекательном» голосе, о «прозрачности звуковой стороны». При тихой речи она была слышна каждому в аудитории, набитой сотнями человек. «Отсюда естественное предположение: у Ключевского, очевидно, был поставлен голос, иначе он не мог бы достичь этого эффекта. Может быть, он обладал голосом, поставленным от природы. Но если вспомнить, что он пел и что в семинарии, в которой обучался, пение было обязательным предметом, можно предположить, что помощь природе пришла и оттуда. Был еще у Ключевского (он очень любил музыку) и какой-то внутренний музыкальный ритм в построении фраз. Один из его слушателей говорил ему на юбилее, а этой мысли не выдумаешь для торжества: «В ваших лекциях нас поражала музыка вашей блестящей речи». Музыки нет без ритма. А ритм в построении фразы у Ключевского легко заметить в его работах, изобилующих ритмичным строением предложений» [9: 26].

Итак, отметим основные средства коммуникативного воздействия оратора — это неторопливая манера говорить, умение усилить внимание слушателей, использование в речи ярких образов и остроумных афоризмов, пословиц и поговорок, сжатое и точное изложение материала лекции. Важно подчеркнуть, что В.О. Ключевский заботился о том, чтобы его лекции были понятны и доступны, и студенты успевали бы их записать. Поэтому он «отчеканивал окончания произносимых им слов так, что для внимательного слушателя не мог пропасть ни один звук, ни одна интонация негромкого, но необыкновенно ясно звучащего голоса. Неторопливость лекции была такова, что при

420 | небольшом навыке можно было... записывать, не пользуясь стенографией, буквально слово в слово, как она произносилась» [А.И. Яковлев, цит по: 8: 75].

В результате риторико-стилистического анализа мемуарных текстов мы приходим к следующим выводам.

В.О. Ключевский

✓ обладает обаянием и артистизмом. Он не просто читает лекцию, а эмоционально рассказывает историю, как путешественник под свежим впечатлением от увиденного;

✓ точно и ясно излагает мысли, неожиданно вправляя в них пословицы и поговорки, афоризмы, в которых блистали «яркая мысль и тонкое остроумие»;

✓ использует приемы интимизации, описывая факты как важные события в жизни русского человека (описание значения реки, русских просторов);

✓ отчеканивает окончания произносимых слов, заботясь о правильном понимании развития мысли, о том, чтобы студенты смогли все точно понять, и успели записать лекцию.

Следует отметить и такой интересный факт. Сам Ключевский накапливал свой ораторский опыт, наблюдая за профессорами. Ничто не ускользает от его внимания — ни внешность лектора, ни манера речи, ни реакция аудитории. Приведем фрагменты его записей: «А вот профессор Ст. В. Ешевский: «Он, по-видимому, очень слаб, худ, глаза бесцветны, вообще невзрачный. Ему лет 30 с небольшим. Но читает он прекрасно, то есть содержание его чтений прекрасно, а выговор его не очень хорош. Он говорит тихо, слабым голосом, некоторые слова произносит с трудом. Но заслушаешься этого человека».

В данном тексте самим В.О. Ключевским, глазами наблюдателя за живой речью оратора, проведен риторический анализ невербальных средств воздействия:

1) оценивается внешний вид профессора – «очень слаб, худ, глаза бесцветны, вообще невзрачный»;

2) голос, дикция — «выговор его не очень хорош. Он говорит тихо, слабым голосом, некоторые слова произносит с трудом»;

3) исполнение речи: «читает он прекрасно, то есть содержание его чтений прекрасно, заслушаешься этого человека».

Одну из главных тайн своего ораторского искусства Ключевский раскрыл в следующих словах: «Говоря публично, не обращайтесь ни к слуху, ни к уму слушателей, а говорите так, чтобы они, слушая вас, не слышали ваших слов, а видели ваш предмет и чувствовали ваш момент. Воображение в сердце слушателей без вас и лучше вас сладят с их умом» [2: 328].

Смысл этого своеобразного совета — призыв к сотворчеству, к участию самих слушателей в добывании вывода из созданного лектором живого «лицезрения» фактов, реального процесса, который можно видеть. Это внутреннее

видение фактов и заставляет «лучше», чем прямая формула преподавателя, добыть «самому» нужный научный вывод. Тут налицо особое, глубинное общение студента с исследовательским процессом преподавателя. Ключевский подчеркнул значение и одной из сил, создающих это общение: мало знать предмет, мало ясно его излагать, «чтобы быть хорошим преподавателем, нужно любить то, что преподаешь, и любить тех, кому преподаешь» [Там же].

Важны и убедительны мысли В.О. Ключевского о необходимости педагогатора умело пользоваться своей речью: «Всегда ли знаем мы, преподаватели, свои средства, их сравнительную силу и то, где и когда ими пользоваться? В преподавательстве есть своя техника, и даже очень сложная... Самое важное и трудное дело заставить себя слушать, поймать эту непоседливую птицу – юношеское внимание. ...Слово – что походка: иной ступает всей своей ступней, а шаги его едва слышны; другой крадется на цыпочках, а под ним пол дрожит... Гармония мысли и слова – это очень важный и нередко даже роковой вопрос для нашего брата, преподавателя. Мы иногда портим свое дело нежеланием подумать, как надо сказать в данном случае, корень многих тяжелых неудач наших – в неумении высказать свою мысль, одеть ее как следует...» [Там же]. «Чтобы быть ясным, оратор должен быть откровенным», – пишет Ключевский [Там же: 344]. Открывать аудитории надо истинную суть мыслей своих и сомнений. Лекционная работа была призванием Ключевского: «Я говорю красно, потому что мои слова пропитаны моей кровью» [Там же: 345].

Истинное научное творчество обязательно протекает в атмосфере высокого доверия ученого к слушателю его лекций, а слушателя – к ученому. Творческий процесс передачи знаний – дело жизни каждого преподавателя-ученого-ритора. И если лекция, учебное занятие – это общение, жизнь, а не просто отработка часов в расписании, то преподаватель должен спрашивать себя: зачем я иду на занятие? Видимо, затем, чтобы учащиеся, благодаря воздействию на них риторической личности преподавателя [4; 5], стали умнее, добрее, гуманнее, лучше во всех отношениях. Доказано, что «общаясь, люди создают друг друга» (Д.С. Лихачев), и что «оратор – всегда воспитатель своей аудитории» (Цицерон).

В.О. Ключевский был выдающимся оратором, являясь одновременно ученым и воспитателем, поэтому его ораторский талант необходимо изучать сегодня как образец ораторского искусства преподавателя вуза.

### **Литература**

1. Ключевский В.О. Характеристики и воспоминания. М., Научное слово, 1912. 217с.
2. Ключевский В. О. Письма. Дневники. Афоризмы и мысли об истории. М., 1968. 399с.

- 422 | 3. Колесникова Л.Н. Обаяние личности как категория риторики. Орел: Труд, 1998. 200 с.
4. Колесникова Л.Н. Риторическая личность преподавателя-филолога в контексте профессиональной культуры. Монография в 3-х томах. Орел: ОГУ, 2007. 478 с.
5. Колесникова Л.Н. Риторическая культура личности современного российского преподавателя вуза. Орел: ОГУ, 2013. 265 с.
6. Колесникова Л.Н. Лингвокультурология. Языковая личность в аспекте диалога культур. – 2-е изд., с грифом УМО. Орел: ОГУ, 2013. 365 с.
7. Колесникова Л.Н. Русская риторическая личность преподавателя вуза и ее роль в академическом межкультурном общении. Автореф. дисс. ... доктора филол. наук. М., РУДН, 2017. 43 с.
8. Кохтев Н.Н. Риторика. М., 1994. 286 с.
9. Нечкина М.В. Лекционное мастерство В.О. Ключевского // Этюды о лекторах. М., Знание, 1974. С. 23–25.
10. Яковлев А.И. В.О. Ключевский (1841–1911). Записки Научно-исследовательского института при Совете Министров Мордовской АССР, вып. 6. История и археология. Саранск, 1946. 60 с.

*L.N. Kolesnikova*

**ORATORIAL TALENT V.O. KLYUCHEVSKOGO  
AND PURPOSE OF HIS LEARNING**

*Annotation.* The article is devoted to the study of the features of the oratorical talent of V.O. Klyuchevsky, his influence on the minds and hearts of students. Discloses the special rhetorical techniques and the main means of communication of the speaker to the audience; rhetorical analysis of verbal and non-verbal means of influence is carried out and certain conclusions are made.

*Keywords:* rhetoric, artistry, charm, intimization, music of speech, voice, pronunciation, artistic suggestion, deep communication.

## РИТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОЙ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРАНТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЮРИДИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА»

*Аннотация.* В данной статье раскрываются особенности речевой подготовки магистрантов по дисциплине «Юридическая риторика». Рассматривается содержание данного учебного курса. Описываются некоторые формы и приемы работы. Доказывается, что целенаправленная работа по формированию риторической компетенции способствует развитию профессионально значимых коммуникативных качеств будущих специалистов в сфере юридической лингвистики.

*Ключевые слова:* судебное красноречие, риторическая компетенция, юридическая риторика, профессиональное общение, юридическая лингвистика.

В последние десятилетия все сильнее осознается важность развития у будущих специалистов риторической компетенции, уверенного владения профессионально значимыми речевыми жанрами, умения отстаивать свою точку зрения. Исследователи отмечают, что настоящий профессионал должен обладать знаниями, позволяющими эффективно осуществить общение, должен «уметь выслушать и понять, объяснить и доказать, спросить и ответить, убедить и переубедить, создать атмосферу доверительности в беседе и делового настроя в собеседовании, найти тонкий психологический подход к клиенту, разрешить конфликт, снять напряжение» [5: 7].

Особенно активно исследуется проблема обучения эффективному речевому общению юристов. Среди риторической литературы, ориентированной на специалистов в области юриспруденции, следует отметить учебные пособия Л. А. Введенской, Л. Г. Павловой «Риторика для юристов» [1], Н. Н. Ивакиной «Основы судебного красноречия (риторика для юристов)» [2], И. Л. Трунова, В. В. Мельника «Искусство речи в суде присяжных» [6]. В данных изданиях, посвященных рассмотрению теоретических и практических аспектов коммуникации в юридической практике, доказывается, что одним из важных условий эффективной деятельности защитника и прокурора является владение ораторским искусством. Характеризуются коммуникативная сторона судеб-

424 | ных прений, искусство доказывания в состязательном судебном процессе, обвинительная речь прокурора и защитительная речь адвоката.

Анализ названных работ показывает, что на современном этапе развития общества существует явная потребность в целенаправленном обучении специалистов в области юриспруденции профессиональному общению. В данной статье мы опишем некоторые аспекты совершенствования риторической компетенции магистрантов по направлению «Юридическая лингвистика». В основе работы лежит авторская методика речевой подготовки студентов-нефилологов [3]; [4].

Риторическая компетенция магистрантов совершенствуется прежде всего при изучении дисциплин, формирующих знания и умения обучаемых по риторико-стилистическим, ортологическим и суггестивным аспектам юрислингвистики («Теория массовой коммуникации», «Культура профессиональной речи юриста», «Теория речевой деятельности», «Теория массовой коммуникации», «Языковая суггестология», «Речевые жанры»). Содержание каждой из данных дисциплин включает вопросы, связанные с изучением механизмов речевого воздействия на слушателей. Однако целенаправленно развивает у обучаемых риторическую компетенцию дисциплина «Юридическая риторика». Охарактеризуем более подробно цели, задачи и содержание данного учебного курса.

Цель учебной дисциплины – углубление знаний о способах подготовки и произнесения публичной речи, повышение профессионально-коммуникативной компетенции обучаемых. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

– знать: этапы развития и современное состояние общей и юридической риторики; способы усиления результативности ораторской речи в различных условиях общения; приемы убеждения и механизмы воздействия на аудиторию и т. д.;

– уметь: выстраивать композицию публичного выступления; работать над языком и стилем материала выступления; убедительно и доказательно выстраивать смысловую часть публичного выступления и т.д..

Содержание дисциплины включает в себя следующие блоки.

1. Становление и развитие риторики как науки. Основные этапы развития риторики. Зарождение риторики на Древнем Востоке. Античная риторика. Риторика Средневековья, Возрождения и Нового времени. Риторические традиции в России.

2. Общая риторика и предмет ее изучения. Публичные выступления и их классификации. Выбор темы. Основные цели публичного выступления. Сбор и систематизация материала: принципы и приемы работы. Схемы речей разных видов. Чувство неуверенности перед выступлением и пути его преодоления.

3. Частная риторика. Роды красноречия по профессиональной сфере употребления как предмет изучения частных риторик. Возникновение судебного красноречия в Древней Греции. Судебное красноречие на разных



этапах развития риторики. Юридическое красноречие в России. Знаменитые судебные ораторы. Специфика и основные качества судебного красноречия. Основные жанры (речь прокурора, речь адвоката, последнее слово обвиняемого, обвинительный приговор, опрос свидетеля, допрос обвиняемого, переговоры с преступником).

4. Культура речи судебного оратора. Соблюдение норм литературного языка в ходе публичного выступления. Языковая игра как способ речевого воздействия. Благозвучие речи. Коммуникативные качества речи оратора. Выразительность речи и приемы ее создания. Уместность в публичном выступлении. Соблюдение принципа языковой толерантности. Речевой этикет оратора.

5. Логика в речи судебного оратора. Последовательность в изложении. Правила деления темы публичного выступления на вопросы. Аргументация в ходе публичного выступления. Композиция умозаключения. Обоснование суждения. Формулировка тезиса. Логические и психологические аргументы. Психологические требования к аргументам. Наглядность. Приемы убеждения.

6. Невербальные средства судебного оратора. Зрительно воспринимаемые элементы речи. Внешность. Манеры. Мимика. Жесты, поза и осанка. Визуальный контакт. Проксемические средства и их коммуникативные функции. Паралингвистические средства и их роль в публичном выступлении.

7. Композиция публичного выступления Основные требования к композиции публичного выступления. Работа над текстом выступления. Рекомендации к вступлению и заключению. Функции и виды этих композиционных элементов. Способы построения основной части. Недостатки композиции.

8. Оратор и аудитория. Установление контакта с аудиторией. Поведение оратора и его управление аудиторией. Требования к поведению говорящего. Законы современной общей риторики. Принцип коммуникативного сотрудничества и принцип гармонии дискурса. Учет особенностей аудитории. Ответы на вопросы слушателей.

Для усвоения данного содержания предлагаются различные вопросы и задания. Приведем некоторые из них.

1. Выявите различные точки зрения современных ученых на риторику. Выпишите определения риторики, приведенные в различных пособиях. Какое из них вам ближе? Обоснуйте свое мнение.

2. Определите предмет изучения риторики на разных этапах ее развития.

3. Почему занятия риторикой являлись самыми почетным видом деятельности в античности?

4. В чем проявился кризис русской риторики во второй половине 19 века? Каковы его причины?

5. Назовите отличительные особенности развлекательной, агитационной и информационной речи. Напишите три профессионально ориентированных мини-текста, раскрывающих одну тему, но различных по цели.

7. Расскажите о методах составления схем речи. Найдите примеры обвинительной и защитительной речи, составьте их схемы.

9. Охарактеризуйте специфику юридического красноречия на разных этапах развития риторики.

10. Подберите и систематизируйте материал на тему «Особенности подготовки и проведения публичных выступлений в профессиональной деятельности юриста». Составьте текст выступления. Отредактируйте его с точки зрения композиции и языкового оформления. Приготовьтесь выступить перед аудиторией.

11. Какие качества хорошей речи наиболее востребованы в ходе публичного выступления на суде? Обоснуйте свой ответ, проиллюстрировав его примерами судебной речи.

12. Перечислите и прокомментируйте основные законы логики? Зачем их нужно учитывать при подготовке публичного выступления.

13. Расскажите об особенностях построения доказательств. Какие логические ошибки в доказательстве можно допустить? Как их исправить?

14. Какие правила операций с понятиями нарушены в следующих предложениях?

1) Авторская правка – это правка, внесенная автором.

2) Все эти качества (терпение, неприхотливость, трудолюбие) являются основными для учителя музыки.

3) Рубрика – это заголовок, не набираемый основным шрифтом.

4) Наша героиня работает в кафе недавно, но специалист хорошей.

На занятиях используются интерактивные формы обучения. Так, при изучении темы «Становление и развитие риторики как науки» организуется групповая дискуссия. Студенты знакомятся с мнением древнегреческого ученого Исократ, который считал, что риторика – это основа воспитания настоящего гражданина. Им предлагается согласиться с этой позицией или опровергнуть ее. Студенты в свободной форме, но соблюдая правила проведения дискуссии, высказывают свои аргументы. По завершении дискуссии проводится общее обсуждение, точки зрения разбираются и оцениваются. Эксперты подводят итоги дискуссии.

Выступления с докладами и презентациями по разделу «Судебное красноречие» организуется в форме учебной конференции. Студенты заранее получают темы («Специфика судебного красноречия в Древней Греции», «Вклад Демосфена в развитие юридической риторики», «Лисий как составитель судебных речей», «Римское право и юридическая риторика», «Специфика судебного красноречия в России», «А. Ф. Кони и его речи в суде», «В. Д. Спасович как судебный оратор» и т. д.). На занятии выбираются председатель секции, секретарь, члены жюри. Студентов знакомят с критериями оценки научных докладов. Кроме того, каждый магистрант перед началом выступлений получает карточку с индивидуальными заданиями, например, такими:

- 1) Проанализировать невербальное поведение оратора.
- 2) Вычленить признаки ораторской лихорадки.
- 3) Задать оратору 3–4 вопроса, различных по цели.
- 4) Проанализировать технику ответов на вопросы слушателей.
- 5) Назвать приемы вступления и заключения, которые использовал оратор, насколько они были эффективны?
- 6) Проанализировать культуру речи оратора.
- 7) Определить, соответствует ли выступление требованиям к композиции речи.
- 8) Проанализировать, насколько эффективно оратор управлял аудиторией, учитывал особенности слушателей.
- 9) Определить использованные оратором приемы привлечения внимания.
- 10) Охарактеризовать методику преподнесения материала.

В конце заседания секции подводятся итоги, выявляются победители, вручаются сертификаты участника. Такая форма проведения занятия совершенствует навыки выступления с научным докладом, умение провести анализ и оценку речи.

В процессе изучения дисциплины предлагаются тестовые задания. Например, для закрепления темы о истории риторики студенты отвечают на следующие вопросы:

1. Раздел риторики о законах подготовки и произнесения публичной речи с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию – это
  - а) гомилетика б) речевой этикет в) оратория г) культура речи
2. Принципы речевого поведения, позволяющие диалогизировать речевое общение, – это
  - а) внимание к адресату б) близость в) конкретность г) эмоциональность
3. Философскую концепцию о том, что "человек – мера всех вещей", выдвинул
  - а) Протагор б) Горгий в) Сократ г) Аристотель
4. Первую в мире систему дискуссионной аргументации создал
  - а) Протагор б) Горгий в) Сократ г) Аристотель
5. Найдите в списке произведение Цицерона
  - а) "Риторика" б) "Топика" в) "Оратор" г) "О софистических опровержениях"
6. Найдите имя ученого, жившего в Древнем Риме
  - а) Аристотель б) Протагор в) Квинтилиан г) Платон
7. Найдите имя ученого, жившего в Древней Греции
  - а) Цицерон б) Спиноза в) Квинтилиан г) Платон
8. Монотонность, ограниченный набор жестов, декларативность – это
  - а) аттицизм б) эллинизм в) азианизм г) все перечисленное
9. Платоновская теория красноречия была изложена в диалоге
  - а) "Федр" б) "Сократ" в) "Горгий" г) все перечисленное

10. Схоластика появилась

а) в античности б) в Средние века в) в эпоху Возрождения г) в Новое время

11. Мысль о том, что эффективность речи во многом зависит от личности оратора, его сноровки и умения давить на психику толпы, высказал

а) Платон б) Квинтилиан в) Аристотель г) Цицерон

12. Эпоха, когда активно использовались богословские диспуты, – это:

а) Античность б) Средневековье в) Возрождение г) Новое время

13. Впервые сформулировал закон достаточного основания

а) Лейбниц б) Бекон в) Паскаль г) Спиноза

14. Автором первого русского учебника по риторике был

а) Галич б) Ломоносов в) Рижский г) Сперанский

15. Книгу "Теория красноречия для всех родов прозаических сочинений"

написал

а) Галич б) Ломоносов в) Рижский г) Сперанский

16. Особое значение эмоциональной стороне речи придавал

а) Галич б) Ломоносов в) Рижский г) Сперанский

17. Обогастил русскую риторiku учением о признаках «совершенного языка»

а) Галич б) Сперанский в) Рижский г) Кошанский

В конце курса студенты по желанию могут написать и защитить реферат на одну из профессионально ориентированных тем, например: «Общие требования к форме судебной речи», «Характеристика основных элементов обвинительной речи», «Характеристика основных элементов защитительной речи», «Композиционные особенности убедительной обвинительной речи», «Композиционные особенности убедительной защитительной речи», «Социально-психологическая характеристика речи как средства процессуального убеждения», «Прямой способ убеждения в ходе судебного следствия», «Косвенный способ убеждения в ходе судебного следствия».

Практика показывает, что целенаправленная работа по формированию риторической компетенции способствует развитию профессионально значимых коммуникативных качеств будущих специалистов в сфере юридической лингвистики.

### Литература

1. Введенская Л. А. Риторика для юристов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. М.: Феникс, 2008. 568 с.

2. Ивакина Н. Н. Основы судебного красноречия (риторика для юристов). Учебное пособие 2-е издание / Н. Н. Ивакина. М.: Юрист, 2007. 191 с.

3. Коренева А. В. Обучение публичным выступлениям студентов-нефилологов. Высшее образование в России. 2008. №1. С. 101–105

4. Коренева А. В. Теоретические основы профессионально ориентированного обучения речевой деятельности студентов-нефилологов. Мурманск: Изд-во МГТУ, 2009. 418 с.

5. Курбатов В. И. Стратегия делового успеха: Учеб. пособие для студентов вузов / В. И. Курбатов. Ростов н/Д : Феникс, 1995. 416 с.

6. Трунов И. Л. Искусство речи в суде присяжных: учебно-практическое пособие / И. Л. Трунов, В. В. Мельник. М.: Высшее образование, 2009. 664 с.

*A.V. Koreneva*

**RHETORICAL ASPECTS OF SPEECH TRAINING FOR STUDENTS  
PREPARING A MASTER'S DEGREE IN JURIDICAL LINGUISTICS**

*Annotation.* The present article states the peculiarities of speech training for students on the discipline «Juridical rhetoric». It considers the content of this educational course and describes some forms of work and practices. The article proves that the targeted work to build the rhetorical competence facilitates the development of professionally significant communication skills of future specialists in the field of juridical linguistics.

*Keywords:* forensic eloquence, rhetorical competence, juridical rhetoric, professional interaction, juridical linguistics.

## **КОМПАРАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ КАК СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО В РОССИЙСКИХ ЛАТИНОЯЗЫЧНЫХ РИТОРИКАХ XVIII ВЕКА**

*Аннотация.* В статье рассматриваются компаративные приемы, применяемые для иллюстрации риторических понятий и принципов в латинских риториках, составленных в России XVIII века для преподавания в духовных и светских учебных заведениях. Выявлена семантика развернутых сравнений, аллегорий, метафор, характеризующих понятия риторической теории.

*Ключевые слова:* риторика, компаративный прием, сравнение, метафора, рукописные риторика, учебные руководства, Россия XVIII века.

**Р**укописные риторика на латинском языке, составленные для применения в учебной практике в разных городах России XVIII века, представляют собой интересный образец педагогической адаптации классической риторической теории.

Стиль, которого придерживались составители учебных руководств, отличался простотой и лаконичностью. Выбор стилистического решения был обусловлен стремлением к наибольшей доходчивости и ясности изложения даже самых сложных тем. Поэтому тропы и фигуры в данных руководствах встречаются редко. Как правило, это компаративные приемы – уподобления, сравнения простые и развернутые, аллегории, реже метафоры.

Авторы латинских риторик для большей понятности охотно прибегали к приему развернутого сравнения, построенного по принципу параллелизма.

Сравнение в классической риторике рассматривалось как один из самых распространенных топосов. Его использовали для амплификации изложения, для образной иллюстрации тезиса. Анализ семантики сравнений позволяет представить круг образов, привлекавшийся для иллюстрации понятий, связанных с красноречием, сделать выводы о содержании этих понятий.

В риторическом трактате Феофана Прокоповича «De arte rhetorica», послужившем одним из главных источников рукописных риторик XVIII века, развернутые сравнения используются часто. Многие из них были заимствованы составителями рукописных руководств.

Неоднократно изучение риторики уподобляется дальней дороге, полной трудностей, а начинающий ритор сравнивается с путником. Так, в начале первой книги риторики Прокоповича пространная аллегория, основанная на сравнении с дорогой, предваряет оглавление: «*Nam sicut viator si declivo editiore, prius viam in subjectis campis contempletur, unde orta sit, et quo tractu ad locum sibi adeundum evadat, item qualis sit, an plana ubique, an hic quidem sicca et plana, illic caenosa, alibi dumis et sentibus horrens, alibi item saxo aut cespite impedita...*» («Словно путник, с высокого холма рассматривающий дорогу в простертой внизу долине – где она берет начало, как ведет к месту назначения, какова она, то ли везде ровная, то ли здесь сухая и ровная, а там заболоченная, в одном месте заросшая колючим терновником, в другом месте покрытая дерном и каменистая...») [4: 4]. Будущий оратор должен представлять себе предстоящий путь, знать, что ему предстоит, иначе он напрасно потеряет время и добьется не большего успеха, чем пловец, темной ночью сражающийся с морскими волнами («*nec felicius conabitur, quam si cum fluctibus mari caesa nocte conflictaretur*») [4: 5]. Дорога противопоставлена бурному морю, таящему в себе многочисленные опасности. Столь развернутая картина служит вступлением к перечню глав, входящих в первую книгу, и обосновывает необходимость предварительного знакомства со структурой курса.

В руководстве «Наставления по риторике на примерах из античных авторов...», составленном в Вологодской семинарии в 1764 г., во вступлении к первому разделу фрагментарно цитируется данное сравнение: «*Ut viatores ibi itinere sese commissuri, prius provident, qualis nam sit via, an plana ubique, an hic quidem sicca et plana, illinc caenosa, alibi dumis et sentibus horrens, alibi cespite et saxo impolita; idoneo se viatico instruunt, et ad eiusmodi viam emetiendam accommodato habitu cultuque corpus muniunt, ut facilius et felicius, quo tendunt, perveniant: pari modo vos tyrones eloquentiae, ut ad scopum in arte rhetorica praefixum omnibus difficultatibus superatis commode pertingatis, prompto et alacri animo contendatis, ut quam optime hisce praenotionibus eloquentiae et adminiculis (alioquin oleum et operam omnem perdetis) sitis instructi*» («Как путники, отправляющиеся в дорогу, прежде заботятся о том, какова будет дорога, то ли везде ровная, то ли здесь сухая и ровная, а там заболоченная, в одном месте заросшая колючим терновником, в другом месте покрытая дерном и каменистая; они оснащаются подходящими дорожными запасами и защищают тело соответствующим путешествию костюмом, чтобы легче и успешней добраться туда, куда стремятся: равным образом вы, новички в красноречии, чтобы успешно достичь поставленной цели в искусстве красноречия, преодолев все трудности, стремитесь всей душой как можно лучше изучить эти понятия и средства красноречия (иначе вы напрасно потратите время и силы)») [1: 3]. Вариация сравнения из трактата Феофана Прокоповича в вологодской риторике служит доказательством другой мысли:

432 | в начале долгого пути постижения искусства красноречия нужно познакомиться с основными понятиями элоквенции. Образ тернистого пути передает представление о сложности постижения риторической науки.

Восхваляя прекрасную, украшенную и словами и мыслями речь, Прокопович сравнивает ее с другими наслаждениями жизни и приходит к выводу, что все они, в отличие от речи, со временем приедаются: «*Amoenitatem locorum ubi parum contemplate sumus, praeterimus; Exquisitissimos cibos, cum satis ingessimus, nauseamus; Sonus instrumenti musici, ut sit suavissimus, si longius producatur, prius incipit displicere, quam audiri desinit*» («На красоту местности, недолго полюбовавшись, перестаем обращать внимание; изысканнейшие яства, когда ими насытимся, вызывают тошноту; даже самое сладостное звучание музыкальных инструментов, если длится долго, перестает нам нравиться») [4: 6]. Постоянным источником наслаждения служит только красивая и искусная речь. Ряд параллелей используется для сравнения и противопоставления. Красноречие выделяется как особый, превосходящий все остальные, источник радости.

Понятие красноречия неразрывно связано с представлением о красоте и радости также и в других риториках. Символом всего прекрасного является сад, полный разнообразных цветов. Образ сада традиционно используется для метафорического определения элоквенции. Так, во вступлении к московской риторике 1727–1728 г. приведена пространная аллегория, обыгрывающая название руководства «*Viridarium Excellentissima Artis Oratoriae...*» («Превосходнейший сад искусства оратории...») [5]. Образ сада связывается не только с наслаждением красотой цветов, но также и с необходимостью усердного труда.

Важность усердных занятий подчеркивают и сравнения из области атлетики. Красноречие уподобляется атлетике в московской риторике 1745–1746 гг. Занятиям риторикой в Славяно-греко-латинской академии предшествовал курс поэтики, что нашло отражение во вступлении к курсу. После поэтического красноречия изучается прозаическое, на смену аполлоническому состязанию приходит Цицеронова атлетика («*Post Apollineum certamen ad Tullianam Athleticam auspicato passu gradum facimus*»), источником вдохновения становится не Кастальский ключ, а Туллианова (т.е. Цицеронова) река («*Tullianum flumen*») [2: 2].

В вологодской риторике проводится параллель между внешним видом человека и его речью. Стиль сравнивается с одеждой и пропорциями образа: «*Et est ergo stilus in oratione id, quod vestis conveniens dignitati personae, symmetria in corpore, et proportio in imagine*» («стиль в речи есть то же самое, что одежда, соответствующая достоинству личности, симметрия тела, пропорция образа») [1: 43]. Украшения речи, тропы и фигуры, вологодский ритор уподобляет пурпурным драгоценным камням и жемчужинам («*Quod enim*



*purpurae gemmae et uniones, idem orationi decenter adhibiti tropi et figurae»* [1: 27]. С пурпурными камнями («*quasi gemmulae purpurae»*) [1: 42 (об)] сравниваются и пословицы.

Когда рассматривается структура речи, ее отдельные элементы, возникают сравнения с человеческим телом, а также зданием. В трактате Феофана Прокоповича раздел, посвященный расположению, открывается развернутым сравнением: «*oportet enim ut in aedificio omnia conclavia et in corpore humano membra omnia, ita in oratione singulas partes apte, venuste, concinne, eleganter dispositas atque collocatas esse; nam forma monstrosa erit, nisi suo quodque loco commode disponatur»* («следует, чтобы, как все комнаты в здании и все части человеческого тела, так и в речи все отдельные части были расположены и размещены уместно, приятно, гармонично, изящно. Ведь внешность будет чудовищной, если что-либо будет находиться не на своем месте») [4: 143]. Это сравнение дословно цитирует составитель рязанской рукописной риторики 1759 года [3: 60].

К образам соматической и строительной семантики обращается и вологодский ритор, уподобляя аргументы костям в теле и фундаменту в здании: «*Quod ossa in corpore et fundamentum in aedibus est, id sunt argumenta in dicendo»* [1: 47 (об)]. Говоря о расположении аргументов в речи, ритор вновь использует образы из области строительства. Со ссылкой на Квинтилиана приведено развернутое сравнение риторического расположения с возведением здания, для которого недостаточно простого нагромождения камней, но требуется рука мастера [1: 78].

У Квинтилиана (Quint. VII) вологодский ритор заимствует и другое сравнение (на этот раз без ссылки): «*Ut eaque hac carens oratio tumultuetur necesse est et sine rectore fluitet, nec cohaereat sibi: multa repetat, multa transeat, velut nocte in ignotis locis errans: nec initio, nec fine proposito, casum potius, quam consilium sequatur»* («Лишенная порядка речь обязательно смешается и потечет без руководства, не будучи связной: многое будет повторять, многое опускать, словно блуждая ночью в незнакомых местах; не предполагая ни начала, ни конца, скорее будет следовать случаю, чем замыслу») [1: 79]. Сравнение с ночными блужданиями подчеркивает, что отсутствие продуманного расположения речи влечет за собой опасность неудачного выступления. Образ ночной темноты ассоциируется с недостатком ясности и часто возникает в сравнениях, содержащих негативные коннотации, ведь ясность еще со времен Аристотеля считалась главным достоинством речи.

Таким образом, для иллюстрации риторических понятий и принципов составители российских латиноязычных руководств XVIII века используют образы различной семантики. Красноречие в первую очередь ассоциируется с красотой и радостью. Изучение риторики представляется сложным и долгим процессом, поэтому закономерно возникают сопоставления с до-

434 | рогой, полной трудностей и опасностей. Необходимость усердного труда иллюстрируется образами атлетических упражнений и возделывания сада. Незнание теории красноречия, невнимание к последовательности изучения разделов риторической науки вызывают ассоциации с блужданием во тьме, в плавании ночью по бурному морю. Отдельные разделы риторики также представлены в развернутых компаративных образах. Расположение уподобляется строительству здания, хорошо составленная речь сравнивается со строением человеческого тела. Стиль сопоставляется с внешним обликом человека и его одеждой.

Компаративные приемы имеют целью с помощью сопоставления сделать представление о предмете более ярким, образным, наглядным, передать эмоционально-оценочное отношение. В учебных риториках прием сравнения служит незаменимым средством иллюстрации понятий и принципов теории красноречия.

### Литература

1. Наставления по риторике на примерах из латинских авторов... Вологодская семинария. 1764. РГБ (Великоустюжское собрание). Ф. 122, № 14.
2. Diademma ex immarcessibilibus floribus Tullianae suadae in ornamentum Rossiae laureatis capitibus Neotulliorum in Mosquensi Graecolatino viridario contextum ... Московская Славяно-греко-латинская академия. 1745–1746. РГБ. Ф. 173 (1), № 355. 168 л.
3. Praecepta oratoria ex antiquis atque recentioribus auctoribus excerpta... Рязанская семинария. 1759. РГБ. Ф. 194 (К.И. Невоструева), № 43. 249 л.
4. Procopovič Feofan. De arte rhetorica libri X // Slavistische Forschungen. Köln; Wien, 1982. 496 с.
5. Viridarium Excellentissima Artis Oratoria... Москва, 1727–1728. РГБ. Ф. 299, № 603. Лл. 114–236.

*A.D. Kurilova*

### COMPARATIVE TECHNIQUES AS A STYLISTIC TOOL IN LATIN RHETORICAL MANUALS COMPOSED IN RUSSIA OF THE 18th CENTURY

*Annotation.* The article deals with comparative techniques illustrating rhetorical notions and principles in Latin manuals composed in Russia of 18th century for religious and secular education. The semantics of extended comparisons, allegories, metaphors describing concepts of rhetorical theory is revealed.

*Keywords:* rhetoric, comparative technique, comparison, metaphor, rhetorical manuscripts, manuals, Russia of the 18th century.

## СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ДОШКОЛЬНИКА В СИСТЕМЕ РИТОРИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Аннотация.* В настоящей статье дошкольный уровень образования рассматривается в аспекте социально-коммуникативного развития личности ребенка и формирования культуры общения будущего первоклассника; иллюстрируется реализация данного направления на примере учебного пособия для дошкольников «Ты – словечко, я – словечко».

*Ключевые слова:* дошкольное образование, риторическое образование, социально-коммуникативное развитие, культура общения.

В современную систему образования закономерно включается дошкольное образование как первый уровень общего образования личности. Однако долгие годы во всех официальных документах фигурировал термин «дошкольное воспитание». Достойным флагманом этого этапа развития личности ребенка стал журнал «Дошкольное воспитание» (год основания – 1928), успешно функционирующий в настоящее время (включен в перечень ВАК). Только в XX веке в научный оборот вошло понятие «дошкольное образование», появились журналы «Современное дошкольное образование: теория и практика» (год основания – 2007, включен в перечень ВАК); «Дошкольное образование» (журнал Издательского дома «Первое сентября», год основания – 2000), «Дошкольное образование – развивающее и развивающееся» (издательство ООО «Обруч», год основания – 2013), «Дошкольное образование: опыт, проблемы, перспективы развития» (издательство ООО Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», год основания – 2014). Официально же термин «дошкольное образование» стал использоваться после принятого в декабре 2012 г. Федерального закона об образовании в Российской Федерации и вступившего в силу 1 сентября 2013 г. [6].

Дошкольники XXI века отличаются от своих ровесников прошлого века. Сегодня абсолютно ясно, что современный ребенок шести-семи лет не только имеет представление о мобильном телефоне, планшете или плеере, он умело ими пользуется. Нас не удивляет ситуация, когда внуки поучают бабушек и дедушек, советуя им, как обращаться с некоторыми гаджетами. Даже еще не умеющий внятно говорить малыш пытается движением ладошки изменить изображение на телевизионном экране. Все эти факторы не могут не

436 | учитываться при создании новых учебных пособий, тетрадок, адресованных дошкольнику, будущему первокласснику, которому в начальной школе придется овладевать первоначальными представлениями о компьютерной грамотности.

В то же время, как отмечается в Федеральном государственном образовательном стандарте дошкольного образования, необходимо серьезное внимание уделять духовно-нравственному воспитанию ребенка, развитию его общей культуры, которая, в частности, проявляется в соблюдении этических и этикетных норм, в том числе коммуникативно-речевых [5]. Кроме того, крайне важно уже на этом этапе развития личности обращаться к вопросам ответственного отношения ребенка к собственным действиям, речевым поступкам, которые, вне всякого сомнения, влияют на взаимоотношения участников общения, способствуют построению гармонизирующего диалога.

Исходя из вышесказанного и общих требований ФГОС ДО, нами были разработаны парциальная программа [2], специальные учебные тетради для детей дошкольного возраста [3], [4], логично включающиеся в систему непрерывного риторического образования, разработанную профессором Т. А. Ладыженской. Эта система в полной мере отражает идею античных риториков, считающих, что обучать риторике следует с нежного возраста (М. Ф. Квинтилиан). По словам Н. Ф. Кошанского, Квинтилиан «образует совершенного оратора, берет его из колыбели и ведет до могилы» [1: 6]. Именно по такому принципу и строится система риторического образования в научной школе Т. А. Ладыженской. Основная цель нашей программы направлена на социально-коммуникативное развитие будущих первоклассников, на всестороннее развитие ребенка благодаря интеграции разных видов детской деятельности: игровой, социально-коммуникативной, познавательно-исследовательской, восприятия художественной литературы и фольклора и др. Мы делаем акцент на развитие у дошкольников умений общаться с разными участниками коммуникации, соблюдать речевые и этикетные нормы, а также развитие у них стремления быть добрыми, совершать позитивные речевые поступки. Содержание специальных тетрадей «Ты – словечко, я – словечко» (1 часть – для детей 5–6 лет [3], 2 часть – для 6–7(8) лет [4]) рассчитано на детей как посещающих дошкольное образовательное учреждение, так и находящихся в условиях домашнего воспитания.

Дизайн тетрадей отражает интересы современных дошкольников: страницы одной из них напоминают экран монитора, страницы другой – похожи на планшет. Для выражения той или иной оценки события или ситуации ребенок использует смайлики (веселый, спокойный и грустный), которые предназначены для того, чтобы, раскрашивая их, дошкольник оценивал как свои действия, эмоции, так и поступки героев в предлагаемых ситуациях общения, историях. Кроме того, есть такой символ, который подобен реальному голосовому сигналу, воспользовавшись которым ребенок может попросить о помощи в случае затруднительной ситуации.

Соблюдая преемственность с курсом «Детская риторика» в начальной школе, мы в наши пособия включаем того же героя – Риторика, с которым дети совершают интересное путешествие, оказываясь в разных ситуациях, реальных (в гостях у профессора Книголюба, лесного старожилы, в метро, на катке и др.) или сказочных (у доктора Айболита, на острове Почемучек, в стране Молчунов или Фантазилии, в Подгорном царстве и др.). В этих путешествиях детям помогают такие символы, как: *подумай, скажи (расскажи), рассмотри, послушай*. Кроме того, ребенок вырезает заработанные волшебные знаки-подарки с фрагментом картинки или с буквами, которые вырезает и наклеивает на последние страницы тетради. Благодаря вырезанным и соединенным пазлам дети в конце путешествия увидят сказочную страну Риторику (1 часть) и узнают одно из главных правил общения (2 часть): на фоне рисунка с домом с помощью собранных букв дети прочитают: «Доброе слово дом постройт, а злое – разрушит». В тетрадях есть загадки, ребусы, чистоговорки, которые нужно произнести или сочинить, лабиринты и др. Мы предлагаем детям разыгрывать и анализировать различные речевые ситуации. Например:

1. – *Как ты думаешь, что поможет Риторику найти общий язык со старичком Боровичком?*

– *Как нужно обратиться с вопросом к старичку Боровичку? Выбери правильный ответ.*

– *Я тебя, старик Боровик, не боюсь! Лучшие скажи, как найти дорогу в страну Риторику?*

– *Здравствуйте, старичок Боровичок! Скажите, пожалуйста, эта ли дорога ведет в страну Риторику?*

2. – *Вы любите фантазировать? Кто обычно вас слушает?*

– *Рассмотрите рисунки. Опишите эти ситуации. Как вы думаете, чем отличается речевое поведение мальчиков на этих рисунках? Кто из них обманывает, а кто фантазирует?* (На рисунках представлены следующие ситуации:

1. Мальчик рассказывает другу, как будущим летом он в одиночку отправится в лес за грибами и наберет огромную (почти с него ростом!) корзину грибов. За это родители похвалят его и поблагодарят. 2. Мальчик, хитро улыбаясь, говорит, что все дети уже получили сладкое угощение от воспитателя, а Пете не досталось... На самом деле это неправда. Петя расстроен.). На этом же занятии дети слушают фрагмент из рассказа Николая Носова «Фантазеры».

Вторая часть пособия «Ты – словечко, я – словечко» в большей степени ориентирована на предшкольный этап социального и коммуникативно-речевого развития ребенка: общение в группе, умение вести диалог, создавать монологическое высказывание, принимать участие в полилоге. Мы делаем акцент на эмоционально-волевую сферу речевой деятельности дошкольника, текстовую деятельность и т. д.

Несмотря на то, что основными являются игровая и коммуникативная деятельность, на каждом занятии реализуются также познавательная-исследовательская – открытие нового знания, анализ различных ситуаций общения, собственного речевого и невербального поведения и поступков героев; выбор речевых средств в зависимости от конкретной ситуации общения и ее участников, разгадывание ребусов, загадок, поиск выхода (дорожки) из лабиринта и т.д.; восприятие художественной литературы и фольклора – восприятие на слух текстов, фрагментов из произведений художественной литературы и устного народного творчества (рассказы, сказки, былины и пр., включаемые также взрослым в зависимости от детских и собственных предпочтений), раскрытие смысла пословиц и поговорок и т.п.; изобразительная деятельность – выбор того или иного решения ребенка сопровождается заданием нарисовать, раскрасить (смайлики, символы, дорожные знаки и пр.) и т. п.; конструирование – элементы конструирования в большей степени применяются на итоговом этапе занятия, когда ребенок вырезает волшебные знаки, наклеивает эти пазлы на картинку, чтобы достроить дом и в результате прочесть пословицу.

Каждое занятие состоит из этапов, присущих любой деятельности.

1. Мотивационный этап. Дидактическая игра (в том числе речевая разминка), которая создает мотивацию к коммуникативно-речевой деятельности.

2. Ориентировочный этап. Дети видят затруднение в игровой ситуации и определяют цель деятельности.

3. Исполнительский этап. Дети открывают для себя новое знание или умение и разыгрывают новую ситуацию общения, используя его.

4. Рефлексивный этап. Подводим итоги занятия, взрослый и дети вместе оценивают результаты деятельности.

5. Перспективный этап. Взрослый и дети вместе обдумывают, как исправить допущенные коммуникативные промахи, в каких еще речевых ситуациях можно использовать новые знания и умения.

Цель занятий – развивать культуру общения детей и выявлять проблемы коммуникативно-речевого и нравственного характера у каждого ребенка. Вопросы, которые поднимаются на занятиях, стимулируют детей анализировать различные речевые ситуации. Задания и упражнения направлены в конечном итоге на перспективный этап детской деятельности – умение эффективно общаться в разных ситуациях. Взрослые должны понимать, что развитие коммуникативных умений ребенка, его нравственное воспитание, овладение нормами речевого этикета – процесс длительный, требующий от дошкольника определенной привычки.

На каждом занятии проводятся речевые разминки, которые настраивают ребенка на работу и служат хорошим тренингом по технике речи (дыхательные, артикуляционные, фонетические, дикционные упражнения).

Занимаясь с ребенком по тетради, мы постоянно обращаемся к его личному жизненному опыту, например:

*Рассмотри рисунки. Как бы ты хотел слушать сказки? Обозначь с помощью символа «V» тот рисунок, который соответствует твоему выбору. Почему ты так думаешь?* (На рисунках представлены две ситуации: 1 – ребенок в одиночестве в наушниках слушает плеер, 2 – ребенок, уютно устроившийся на диване вместе с взрослым, слушает, как ему читает книгу, и рассматривает картинки).

*Рассмотри рисунок. Оказывался ли ты в подобной ситуации? Какой или какие варианты обращения к пассажиру ты выберешь? Почему откажешься от других?*

– Тетенька, вы перчатку уронили...

– Простите, пожалуйста, вы уронили перчатку...

– Подождите! Вы перчатку уронили!

– Извините, вы уронили перчатку...

– Ой! Вы перчатку уронили...

Вся работа с детьми строится на основе деятельностного подхода. Мы стремимся к тому, чтобы дети:

а) учились использовать в устной речи языковые и речевые средства в зависимости от конкретной коммуникативной ситуации;

б) бережно и осмысленно относились к произносимому слову в реальных коммуникативных ситуациях;

в) стремились совершать добрые речевые поступки (успокоить, пожалеть, подбодрить и т.п.), были готовы оказать помощь, поддержать (словом и делом) ровесника или младшего, близких и др. в различных критических ситуациях;

г) избегали небезопасных контактов с незнакомыми людьми (например, разговор по телефону, общение на улице и т.п.).

Безусловно, реализация представленной программы будет эффективной только в том случае, если взрослым (педагогу, родителям) удастся создать доброжелательную атмосферу, включить ребенка в игру, ненавязчиво опираясь на жизненный опыт дошкольника, вести с ним конструктивный диалог. Созданию такой среды могут помочь:

– любимая игрушка дошкольника, которая будет сопровождать его в путешествии;

– аудиозаписи, иллюстрирующие устную речь;

– фрагменты видеозаписей детских мультфильмов, сказок, где есть ситуации общения;

– книги, к которым мы обращаемся на занятии;

– репродукции, раздаточный изобразительный материал и пр.

Таким образом, современная ситуация диктует непростые задачи, которые необходимо решать в области образования и воспитания дошкольников: с одной стороны – учет информатизации и компьютеризации образования (на рубеже веков даже была создана независимая ассоциация «Компьютер



440 | и детство»), с другой стороны, – построение развивающего дошкольного образования, в нашем случае риторического образования, ориентированного на развитие коммуникативно-речевой культуры личности ребенка и его нравственного воспитания.

### Литература

1. Кошанский Н.Ф. Частная реторика. Изд. 5-е. Спб., 1840. 152 с.
2. Курцева З.И. Ты – словечко, я – словечко. Методические рекомендации для педагогов и родителей по дошкольной риторике общения / З.И. Курцева. Изд. 3-е, перераб. М.: Баласс, 2014 . 96 с.
3. Курцева З.И. Ты – словечко, я – словечко. Пособие для дошкольников. В 2 ч. Ч. 1 (5–6 лет) / З.И. Курцева; под ред. Т.А. Ладыженской. Изд. 2-е, перераб. М.: Баласс, 2018. 64 с.
4. Курцева З.И. Курцева З.И. Ты – словечко, я – словечко. Пособие для дошкольников. В 2 ч. Ч. 2 (6–7(8 лет) / З.И. Курцева. М.: Баласс, 2018. 80 с.
5. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования [Электронный ресурс] / Федеральные государственные образовательные стандарты Федерации. URL: <https://fgos.ru>.
6. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Министерство образования и науки Российской Федерации. URL: <https://минобрнауки.рф/документы/2974>.

*Z.I. Kurtseva*

### **SOCIO-COMMUNICATIVE DEVELOPMENT OF PRESCHOOL CHILDREN IN THE SYSTEM OF RHETORICAL EDUCATION**

*Annotation.* In this article, the preschool level of education is considered in the aspect of social and communicative development of the child's personality and the formation of a culture of communication of the future first – grader; the implementation of this direction is illustrated by the example of the textbook for preschoolers «You – word, I-word».

*Keywords:* preschool education, rhetorical education, social and communicative development, culture of communication.



## РИТОРИКА ПЕРВОЙ ЛЮБВИ (ПО РАССКАЗУ А. БИТОВА «ДВЕРЬ»)

*Аннотация.* Показано, как композиционно-смысловые, лингвостилистические и художественно-выразительные средства становятся в рассказе единой коммуникативно-риторической системой, нацеленной на раскрытие внутренних переживаний главного героя и сокращающих дистанцию между ним и читателем, воспринимающим рассказ как историю о нем самом.

*Ключевые слова:* композиционно-смысловые, лингвостилистические, художественно-выразительные средства, коммуникативно-риторическая система, А. Битов, лирическая проза, рассказ.

Осмысление ранних рассказов А. Битова как лирической прозы не ново [3; 4]. Новым может быть ракурс исследования поэтики его малой прозы через коммуникативно-риторический ракурс. Это дает возможность проникнуть в «мастерскую» писателя, усвоившего «уроки» классической (и прежде всего русской) литературы, в особенности Чехова-прозаика, и сумевшего достичь большой концентрации мысли-чувства в жанре короткого рассказа.

Выверенность повествовательных линий, продуманность системы образов, композиционная стройность текста, языковое мастерство помогают А. Битову создавать произведения, которые отличаются эмоционально-смысловой глубиной, поэтикой недосказанности, особой, в полутонах, эстетикой настроения, широким кругом близких и очевидных, отдаленных и неявных ассоциаций. Благодаря тонкой коммуникативно-риторической огранке текста читатель погружается в духовный мир героя – сложный, противоречивый, неоднозначный.

«Улетающий Монахов» – это цикл рассказов, или, как указано в аннотации книги – повестей, – А. Битова, названный самим автором «романом-пунктиром». Это рассказы о любви, об испытании человеком любовью, в том числе и безответной.

Рассказ «Дверь» открывает книгу, что выводит символику названия на интертекстуальный уровень: рассказ вводит читателя в мир самого удивительного и всегда неповторимого чувства. Но только если герою рассказа так и не удастся пройти этот обряд инициации, то у читателя, ведомого автором, такая возможность есть.

В рассказе одна сюжетная линия: герой – безымянный мальчик, подросток, безответно влюблен в девочку, проводит целую ночь у нее под дверью в ожидании чуда – встречи с ней, мучается сомнениями и ревностью, испытывает то растерянность, то надежду, то отчаяние, то злость, и в конце концов прощает ей все: и равнодушие, и насмешку, и жестокость.

В организации повествования реализуется одна из идиостилевых черт поэтики А. Битова [3]: рассказ написан от 3-го лица, но и события, и персонажи, и фон показаны с точки зрения героя: большую часть текста занимают внутренние монологи в форме косвенной, прямой и несобственно-прямой речи мальчика. Это позволяет автору увидеть все, что происходит в душе подростка, как бы «изнутри»: рефлексирующий герой показан сквозь призму взгляда на самого себя. Такой прием максимально сокращает дистанцию между героем и читателем, который становится не только свидетелем мысли-чувства подростка, но и непосредственно умственного процесса, самого рождения и угасания ощущений, эмоций и чувств персонажа.

Подобное художественное решение произведения требует большого набора композиционно-смысловых, лингвостилистических и художественно-выразительных средств, образующих единую коммуникативно-риторическую систему и позволяющих читателю увидеть в рассказе историю о самом себе.

Все начинается с названия – с двери. Порог двери, как свидетельствует «Краткая энциклопедия символов», это граница, обладающая двойным смыслом. С одной стороны, дверь – это символ «защиты и доступа, переход из одного места или состояния в другое, от света к тени; превращение, вход в новую жизнь, инициация; приют и защита Великой Матери; доступ к убежищу и теплу очага, общение, контакты с людьми и внешним миром» [2]. С другой стороны, открытая дверь – это «предоставляющаяся возможность, освобождение, встреча, приглашение к открытию; закрытая – тайна, отвержение, исключение, заключение, изоляция; защита от опасностей и неведомого» [Там же].

В системе образов рассказа *дверь* постепенно занимает положенное ей главное место. В тексте через повторную номинацию она возникает с завидной периодичностью, пунктирно фиксируя мысли мальчика, которые без конца возвращаются к ней сначала как к обычному предмету, отделяющему одно помещение от другого, как к переходу из одного места в другое; затем – как к границе, открывающей возможность контакта с возлюбленной; позже – как к сакральному входу в ментальное пространство, которое освящено душевным теплом, ответным платоническим чувством любви и печатью избранности. Дверь – это своеобразный вход в храм, который, как и положено, бдительно охраняют гигантские и ужасающие звери – драконы, львы, крылатые быки и т.п., в рассказе – бесцветная девочка, которая внешне похожа на большую красивую рыбу: так же беззвучно открывает и закрывает рот: «Эта рыба

все время поглаживает свои обтянутые бедра, словно вытирая свои всегда сырые руки...» [1: 8].

Контраст: платоническое чувство героя – телесность и оскорбляющая мальчика сексуальность открывшей дверь девочки-рыбы; чувство изгоя мальчика за дверью – веселая компания молодых людей в квартире; душевная смута влюбленного подростка – стол и звон бутылок за дверью – подчеркивает драматизм переживаний главного героя. Фиксируя нарастание эмоционального накала в душе мальчика, дверь из безликого обыденного предмета превращается в «его дверь» – средоточие его страданий, ожиданий и надежд, ожившее существо, которое «неожиданно заговорило».

Пунктирно обозначено в рассказе время: «уже час двадцать он ждет», «я жду уже два часа», «сейчас ночь, два часа, третий», «Три часа ночи. Четыре» «в полшестого хлопнула первая дверь», «без десяти девять схлынула последняя волна».

Пунктирно дано пространство: *арка – парадная – лестница – окно – батарея – дверь*. И в обратном порядке: *дверь – стена – окно – лестница – арка*. Других предметов и фрагментов для мальчика не существует, их нет, поскольку не участвуют в разыгрывании личной драмы подростка.

Пунктирны и по мере развития действия все более порывисты движения и хаотичны перемещения мальчика, который боится пропустить девочку: *вышел – дошел – вошел – сбегал – вернулся – метнулся – проскользнул – перебежал – ворвался – добежал – сел*: «обернулся чудо как быстро».

Пульсирует в рассказе временное наречие «уже»: «уже полчаса прошло», «уже час двадцать он ждет», «я жду уже два часа». Пульсируют вводные слова со значением предположения: «конечно», «может», «может быть», «должно быть». Ходят по замкнутому кругу мысли мальчика: «вдруг подумалось», «тогда он подумал», «мальчик думал», «думал о себе в третьем лице». Его мозг напряжен: «сначала ему казалось», «в какой-то момент ему показалось», «просто показалось». Он сам себе противоречит: «но...», «но...». Он строит бесконечные догадки: «либо..., либо...».

Пульсируют анафоры: «Тогда он подумал...». Пульсируют риторические вопросы: «Вдруг она опоздала и решила, что он не станет ждать ее так долго на таком морозе?», «А может, это подруга обманула его и ее?», «Но как узнать?». Пульсируют парцелированные фразы: «Очень некстати снова загорелось лицо. И застучало сердце», «Но вот и дверь. Снова поправил шарф и шапку. Потянулся к звонку. Поколебался: вспомнился тот красивый парень, который похлопывал его по щеке и смеялся небрежным смешком».

Мальчик сначала пытается выстроить понятные ему причинно-следственные связи: «раз... то...», «если..., то...», но голос его разума постепенно слабеет, он сам себе признается, что «надо все обдумать, а не метаться и не сходить с ума». И по мере того как тает надежда и против его воли им овла-

444 | деваает дремота и равнодушие, пунктир повторных номинаций становится реже, замедляется, как сердце засыпающего человека, и завершается фразой: «Тупо ждет мальчик» и дальше: «... мальчик уже устал сжиматься при каждом прохожем. И стал действительно равнодушен к ним. «Когда же она наконец выйдет?» – тупо повторял он про себя. Уже не так остро и мучительно ждал он. Просто – скорей бы кончилось. Но уйти он уже не мог» [1: 11].

Развязка – момент долгожданного объяснения: «Она вышла. Спокойная, красивая... Какая красивая!». Конечно, мальчик оказывается перед своей возлюбленной совершенно незащитным, и все его угрозы высказать обиду и ревность, отомстить за отвергнутость разбиваются в пух и прах. Последним доказательством силы его чувства является его гнев, направленный на самого себя: он простил свою избранницу сразу и безоговорочно; поверил каждому ее слову – ласковому и тихому.

В финале рассказа господствует туманное утро, в котором «все вдруг возникало и вдруг исчезало. <...> Словно приснившееся». Может быть, и жестокое равнодушие девочки мальчику тоже приснилось? Ответ дает сам герой: «Так, шагал мальчик, так. Так оно и было, как она говорит. А я свинья. Я перед всеми виноват. И дома. И перед ней. Свинья. Все именно так и было».

Благородство чувств и готовность винить себя во всем – признак истинной любви.

### Литература

1. Битов А. Улетающий Монахов: роман-пунктир. М.: Молодая гвардия, 1990. С. 6–12.
2. Краткая энциклопедия символов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.symbolarium.ru/index.php/%D0%94%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%8C>. Дата обращения: 16.01.2019.
3. Дудек Т. Повествователь, автор и герой в прозе Андрея Битова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/docs/index-60115.htm> Дата обращения: 16.01.2019.
4. Кормилова М.С. Творчество А. Битова в оценке российской и русской зарубежной критики: автореф. дис.... канд. филол. н. М., 2010.

*E.I. Lelis*

### THE RHETORIC OF FIRST LOVE (FROM A STORY BY A. BITOV “DOOR”)

*Annotation.* It is shown how compositional-semantic, linguistic-stylistic and artistic-expressive means become in the story a unified communicative-rhetorical system aimed at revealing the inner feelings of the protagonist and reducing the distance between him and the reader, perceiving the story as a story about himself.

*Keywords:* compositional-semantic, linguistic-stylistic, artistic-expressive means, communicative-rhetorical system, the lyrical prose, the story.

## ПРАКТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНОЙ ИГРЫ

*Аннотация.* В статье освещается специфика использования учебной игры в практике обучения эффективному деловому общению, описывается методология использования ролевых/деловых игр в бизнес-тренингах.

*Ключевые слова:* деловое общение, ролевая/деловая игра, бизнес-тренинг, бизнес-дискурс.

Идея о том, что невозможно научить и научиться без практики, а практика лучше та, которая приятна, интересна, ненавязчива, легка и доступна, наверное, стара, как и сами понятия «обучение», «знания», теория» и «опыт». Контекст учебной игры в формате занятия создает ситуацию максимальной практикоориентированности; это та действительно активная форма аудиторной работы, которая может придать неповторимость процессу обучения, создать так необходимую для достижения эффективного результата атмосферу включенности и доброжелательности. Градус эффективности обучения повышается, когда учащиеся хотят не только сами научиться, но и умеют это делать. В итоге важны не сами передаваемые конкретные знания, а создание у человека внутренней системы, эти знания воспринимающей. Данная педагогическая теория лишь подтверждается практикой использования коммуникативно-деятельностного подхода в обучении.

Одним из важных аспектов обучения деловому общению является использование ролевых/деловых игр. Как правило формат такого обучения лежит в основе бизнес-тренингов: здесь имеются в виду тренинги, проводимые для обучения, оценки и развития участников бизнес-дискурса, будь то уровень топ-менеджеров или массового персонала современной организации. В зависимости от конкретной цели обучения и для формирования и выявления определенных коммуникативных навыков и умений тренинговая форма работы сегментируется по цели обучения на тренинги продаж, мотивации, общения, презентации, переговоров, проведения ассессмент-центров и т. п.

Основополагающей и таким образом объединяющей формой тренинговой работы во всех случаях является учебная игра, своей сущностью максимально ориентированная на практическое обучение эффективному коммуникативному взаимодействию между участниками бизнес-дискурса, достижению согласия

446 | относительно необходимости и способов реализации коммуникативных стратегий, психологическому повышению уверенности в себе, участию в принятии решений, формированию команд, мотивации/самотивации, оценки/самооценки, снижению риска коммуникативных неудач, страха и неуверенности и т.д. Ролевая игра, следуя определению «Словаря методических терминов и понятий» [1], – «форма организации коллективной учебной деятельности на уроке, имеющая своей целью формирование и развитие речевых навыков и умений в условиях, максимально близких к условиям реального общения» [1: 264]. Деловая игра, в свою очередь, воссоздает предметное и социальное содержание профессиональной деятельности участников тренинга. Таким образом, важная дидактическая функция учебной игры в обучении деловому общению проявляется в создании адекватных условий для формирования коммуникативной компетенции обучающихся, их умении продумывать эффективные речевые стратегии в контексте бизнес-дискурса.

Учебная игра – это, в первую очередь, моделирование ситуации общения, в которой участникам предлагается принять определенную роль с целью реализации коммуникативной стратегии и затем выработать способ, позволяющий привести заданную речевую ситуацию к достойному завершению. Как пишет психолог Морри ван Ментс, «ролевая игра помещает ученика в ситуацию, которая включает те же ограничения, мотивацию и принуждение, существующие в реальном мире» [4: 24]. Учебные игры наиболее эффективны как средство приобретения и совершенствования навыков непосредственного делового общения. Кроме того, важно отметить и высокую эффективность учебных игр в контексте изменения дискурсивных практик участников образовательного тренингового процесса.

Так, учебные игры наиболее значимы при необходимости получить или совершенствовать навыки эффективной коммуникации и вербального взаимодействия в ситуациях бизнес-презентаций, ведения переговоров, проведения деловых бесед и проч. Важность учебной игры в обучении деловому общению проявляется и в умении использовать прием драматизации, когда участникам необходимо изменить отношение к роли и действиям других игроков, согласиться и принять мнение другого человека или группы, при условии исполнения роли этого человека или члена этой группы. Для преподавателя-тренера учебная игра – это всегда гарантия активного вовлечения группы в учебный тренинговый процесс.

Применение учебных игр в процессе обучения деловому общению позволяет участникам получать объективную многовекторную оценку своих коммуникативных действий. В этом случае игра служит своего рода «зеркалом», позволяющим каждому участнику учебного процесса увидеть себя со стороны, и стимулирует обучающихся анализировать свое собственное коммуникативное поведение, прислушиваться к мнению окружающих, дает

навыки оценки позиций и потребностей всех участников бизнес-дискурса. При этом сразу же наглядно демонстрируется польза от изменения речевого поведения или вербальных взаимоотношений и таким образом формируется мотивация к дальнейшему совершенствованию коммуникативных навыков.

Обобщая точки зрения различных авторов [2, 3, 4, 5] на функции учебной игры в процессе обучения эффективной деловой коммуникации, следует особо выделить следующие: развитие коммуникативных навыков, личностную активизацию, практикоориентированность, изменение установок, возможность драматизации (ярко, живо и непосредственно представлять учебный материал), обеспечение оперативной обратной связи всех участников учебной игры, наглядную демонстрацию коммуникативных неудач и успехов (знаний, умений и навыков, полученных в ходе тренинга). Учебная игра также является одним из наиболее эффективных способов развития сенситивности, поведенческой и коммуникативной гибкости.

Методология применения в процессе обучения учебной игры заключается в четком исполнении алгоритма ее проведения. В первую очередь, это инструктирование всей группы участников (разъяснение сценария, целей, задач, создание мотивации), затем выбор участников и привлечение наблюдателей («принцип аквариума»). Далее следует собственно игра, и наконец рефлексия (обсуждение и подведение итогов).

При выборе сценария преподавателю-тренеру следует руководствоваться тем, что игра должна способствовать достижению поставленных целей обучения. На выбор сценария игры, в данном случае, влияют актуальность, уровень сложности (в том числе и коммуникативной), правдоподобие (особенно важно в контексте деловой учебной игры). Когда на тренинге учебная игра вводится впервые, желательно включить в игру самых раскованных и уверенных в себе коммуникантов. Преподаватель-тренер должен помнить, что игра в любом случае должна состояться!

При проведении учебной игры количество участников зачастую оказывается значительно меньшим по отношению к общему числу присутствующих. Чтобы вовлечь всех в игровую ситуацию и позволить наряду с игроками активно учиться в формате игры, рекомендуется ввести статус наблюдателя. В дидактике такой прием называется «аквариум». Функции наблюдателей заключаются в следующем: наблюдать за происходящим, оценивать эффективность коммуникативного поведения игроков, представлять и обосновывать свои выводы и т.п. Всех наблюдателей можно разделить на команды/группы и дать задание каждой команде в целом. Можно одной команде поручить следить за техникой постановки вопросов, второй подсчитать количество рациональных/эмоциональных аргументов, третьей следить за невербальной коммуникацией игроков и т. д. Преподаватель-тренер должен объяснить наблюдателям важность их роли в процессе обучения для участников игры



448 | и обратить их внимание на то, как они сами могут учиться с помощью такого вида деятельности.

Важным этапом учебной игры по ее окончании является рефлексия – обсуждение и обратная связь. Обсуждение проводится сразу же. Высказывания должны быть конструктивными, конкретными и рассматривать коммуникативное поведение с точки зрения его эффективности и достижения поставленных целей. При этом оценка деятельности необходима и активным участникам, и наблюдателям, и пассивным членам группы, если таковые имеются. Вопросы могут быть, например, следующие: *Что было наиболее сложно/просто в процессе коммуникации? Каково ваше состояние до и после коммуникации? Каков основной вывод, который вы вынесли из игры?* И т.д.

Достоинства учебной игры в процессе обучения деловому общению высокоэффективны, в первую очередь, в плане развития коммуникативных навыков. Ни один другой метод не позволит достичь такого эффекта. Использование учебных игр в формате бизнес-тренинга позволяет повысить эмоциональную вовлеченность участников в процесс обучения, что в свою очередь способствует более глубокому запоминанию и усвоению изучаемого материала, освоению определенных навыков.

В конце концов применение учебных ролевых/деловых игр дает возможность корректировать уже сложившиеся установки, изменять их в нужном направлении и таким образом оттачивать речевое мастерство участников бизнес-коммуникации.

### Литература

1. Азимов Э.Г., Шукин А.Н. Новый словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Гуревич А.М. Ролевые игры и кейсы в бизнес-тренингах. – СПб.: Речь, 2004. 270 с.
3. Коммуникативная коммуникация в России: дискурсивный анализ. – М.: Издательский Дом ЯСК, 2017. – 632 с.
4. Ментс М. ван Эффективное использование ролевых игр в тренинге. – СПб.: Питер, 2002. – 137 с.
5. Фопель К. Эффективный воркшоп. Динамическое обучение. – М.: Генезис, 2003. – 368 с.

*I.A. Leshutina*

### PRACTICE OF BUSINESS COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF EDUCATIONAL GAME

*Annotation.* The article highlights the specifics of the use of educational games in the practice of teaching effective business communication, describes the methodology of the use of role/business games in business training.

*Keywords:* business communication, role/business game, business training, business discourse.



## РИТОРИЧЕСКАЯ КРИТИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

*Аннотация.* В статье рассматривается риторическая критика в теоретическом и практическом аспектах. Определяется риторическая критика как составляющая наука гуманитарных и речеведческих наук, излагаются главные функции в разных отношениях, анализируются главные критерии для риторической оценки, выдвигается модель для данного вида критической деятельности.

*Ключевые слова:* риторическая критика, функции, анализ и оценка, критерии, модель.

Во второй половине прошлого века по мере возвращения русской риторики в систему гуманитарных наук, риторическая критика как практическая деятельность также получила свое второе дыхание. Таким образом, возник спрос на создание и развитие системы теории данного вида критической деятельности. И естественно, что эффективная разработка теории начинается с определения ключевых терминов науки, с самого названия науки.

В.В. Смолененкова отмечает, что «несмотря на то, что риторическая критика существует как самостоятельная дисциплина в американской традиции с 20–30-х годов XX века, точного определения этой теории, с которыми бы согласились все исследователи риторики, до сих пор не существует» [1:10]. Такая трудность с определением может быть объяснима прежде всего сложностью толкования термина «риторика» как науки и дисциплины, что, с одной стороны, объясняется традиционностью в понимании этой классической дисциплины, с другой, создает условия для более свободной научной дискуссии.

Риторическая критика как основной научный термин состоит из двух семантических частей: риторика и критика. Критика в основном понимается как 1) отрицательное суждение чего-либо, выявление недостатков и противоречий; 2) анализ, оценка с определенной точки зрения, исследование, научная проверка достоверности чего-либо. Что касается понятия «риторики», то в этом проявляется многоаспектность этой науки. Логично допустить, что определений «риторики» столько, сколько и понятий «риторической критики». Если под риторикой понимается наука «от мысли к слову», то риторическая критика занимается соотношением между мыслью и словом. Если риторика считается наукой об

450 | эффективности речи, то ее критика делает эффективность главным критерием исследования и оценки. Если риторика определяется как «совокупность актов применения стратегий для оказания воздействия на веру, отношение и поступки при употреблении языковых средств», то «риторическая критика» может пониматься как «систематический анализ и оценка в адрес риторического акта».

Очевидно, что критика в риторической рамке толкуется как деятельность анализа и оценки, а объектом анализа и оценки является риторический процесс, в котором субъект ненасильственным путем оказывает убеждение и воздействие на объект с целью добиться консенсуса в мысли и поступках. Может ли речевая коммуникация и ее продукция – разные жанры письменной и устной речи – оказывать воздействие «ненасильственным путем»? Речь обладает могучей силой, и она требует глубокого и тщательного анализа.

Функции риторической критики объясняются сущностью критического процесса, который проводится на основании риторической теории и является на самом деле средоточием между критиком, читателями анализируемой речи и создателем данной речи.

Помимо функций разных видов критической деятельности, таких, как литературная критика, культурная критика, стилистическая критика и др., функции риторической критики должны проявить больше самобытности в риторическом аспекте. Мы считаем реальным провести исследовательскую работу по ее функциям на следующих четырех уровнях: 1) риторические теории, 2) объект критики, 3) читатели и 4) сам критик.

Во-первых, риторическая критика распространяет и обогащает риторические теории, которые являются совокупностью правил и норм речи, принципов риторических стратегий. Риторическая критика применяет эти нормы и принципы для анализа конкретных культурных феноменов. Очевидно, что теория применяется на практике, и при этом обосновывается и проверяется истинность теории. После установления истинности теория применяется в более широких сферах. Нередко бывает, что теория лишается способности решения проблемы в критической практике, в особенности при анализе новых явлений культуры. Поэтому исследователям приходится либо переработать прежнюю теорию, либо выработать новую теорию, и таким образом совершенствуется система теории на основе новых категорий, которые устанавливаются в критическом анализе.

Во-вторых, объектом риторической критики по правилам являются шедевры применения стратегий для реализации замысла создателей и в некоторых случаях этому служат неудачные примеры в достижении коммуникативной цели. Раскрыв сущность анализированного риторического артефакта-шедевра, критик сосредоточивает внимание публики на его эффективности, чтобы он стал примером подражания в подобных риторических ситуациях. Риторическая критика также позволяет создателям, несмотря на то, что они создали удачные

или неудачные артефакты, осознать плюсы и минусы в выборе риторических аргументов для реализации замыслов, что оказывает значительное влияние на оформление риторических умений и умножение риторического знания.

В-третьих, риторическая критика имеет немаловажное значение для читателей критического эссе. Она помогает читателям рассматривать культурные феномены с точки зрения критерия «эффективности», который отличает риторическую критику от других видов критической деятельности. Это предоставляет им возможность стать сотворцами шедевров культуры. Таким образом, как для создателя, так и для аудитории риторическая критика выполняет функцию повышения риторической образованности и содействия успешной практической коммуникации.

В-четвертых, риторическая критика выполняет соответствующие функции в лице критика как субъекта данного вида критической деятельности. Создание критического текста формирует в критике острый взгляд на вопросы и умение провести должную аргументацию. Риторическая критика является мостом между риторической теорией и практикой, и ее успешное проведение во многом зависит от уровня владения теорией и умения наблюдать риторические явления. Исходя из этого, риторическая критика, с одной стороны, способствует проведению более глубоких исследований риторических теорий, как и теорий других гуманитарно-общественных наук, с целью образовать у критика эффективные методы риторической критики; с другой, обращает его внимание на самые разнообразные культурные феномены, чтобы у него формировалась наблюдательность и способность вести критику в адрес представленных феноменов.

По научной традиции принято также выяснить место изучаемой науки в системе наук. Прежде всего, это соотношение риторической критики и риторики, по этому поводу взгляды расходятся. Одни считают, что они вместе образуют общее пространство изучения риторического процесса, другие настаивают, что риторическая критика помимо риторики является самостоятельной дисциплиной в связи с новыми подходами и методами. Мы полагаем, что они параллельны, но относятся к общему риторическому пространству, потому что виды подходов и методов риторической критики в принципе определяются составом риторической теории. В американской риторической традиции выделяется драматизм (см. риторические труды Кеннета Берка), который также является методом риторической критики (см. Смолененкову 2016: 70–76). Отличие наук проявляется в первую очередь в аспектах: риторике принадлежит аспект создателя речи, а риторической критике – аспект аудитории, или общества, к которому обращается ритор. Риторика предлагает правила и нормы по определению тематики общения, по установлению аргументов, по выражению индивидуальных мыслей..., а риторическая критика, основанная на этих правилах и нормах, включает

452 | требования к качеству речи, вырабатывает критерии для анализа и оценки, обобщает правила для удачной коммуникации. Таким образом, риторика и риторическая критика имеют тесную связь: первая представляет теорию создания речи, или порождения риторического акта, продукцией которого является речь разных жанров; эта речь служит объектом риторической критики, результаты критики обогащают риторическую теорию и совершенствуют риторический идеал, который позволяет создателю улучшить риторические умения и навыки межличностной и публичной коммуникации.

Существует и другой момент, который также актуален для выявления места и роли риторической риторики и других видов критической деятельности. В этом смысле в отличие от американской риторической традиции русская риторика выбрала главным образом продукцию реальной речи как объект анализа. Это обусловлено развитостью русской литературы, которая пользуется популярностью и авторитетом во всем мире, как и актуальностью исследования реальной речи для развития личности и общества. Надо признать, что риторические каноны и правила вполне можно употреблять во время литературной критики, поскольку она тоже ориентирована на замысел автора (мысли в риторике) и речевые произведения (слово в риторике). Риторическая критика также близка к критической деятельности других речеведческих наук, как стилистическая критика, прагматическая критика, психолингвистическая критика и др.. Такая близость определена соседством и взаимосвязью между разделами системы речеведческих наук. В каждом виде критической деятельности наблюдаются элементы соседних наук. Стоит подчеркнуть, что все виды критической деятельности являются самостоятельными и отличными в самых главных оценочных критериях: для риторической – воздейственность, для литературной – поэтичность и литературность, для стилистической – согласованность и т. п.

Что касается критериев риторической критики, то у большинства ученых упоминается слово «эффективность», поскольку риторика – это наука об эффективности речи. Однако она может употребляться в качестве критерия и в критике других наук, так как к «эффекту» стремятся все участники коммуникации, в особенности создатель речи, и в разных жанрах эффективность проявляется по-разному. Поэтому эффективность может считаться общим критерием для почти всех видов критической деятельности. Она как главное понятие разделяется на подсистемы критериев, которые адресованы на критику наук.

В риторической критике эффективность прежде всего должна пониматься как этичность. Риторика все время подчеркивает важность данного критерия, поскольку без этической основы риторический акт подвергается риску злоупотребления интересами слушателей. Более того, риторика как наука всегда развивается в определенных общественных условиях, и обратно оказывает свое влияние на общественную жизнь, и риторический акт всегда выполняет

порделенные общественные задачи. Таким образом, благородство целей риторической деятельности шло всегда параллельно с этичностью.

На втором уровне эффективность, по нашему мнению, осмысливается как воздейственность. Этот критерий нередко прочитывается в разных определениях «риторики» как науки и практики, он обозначает единственным условием для достижения консенсуса между участниками коммуникации. Воздействие на мысль приводит к желанию осуществлять сотрудничество, что является частью гармонично устроенного общества.

На третий уровень мы предлагаем поставить критерий «убедительность». Данный критерий с его однокоренными словами «убеждение», «убедительный», «убедить» представляется ключевым понятием классической и современной риторики. Тем не менее, убедительность нельзя рассматривать как окончательную цель риторического акта, а лишь как путь и метод, при помощи которых речь действует на адресата.

Далее на четвертом уровне находятся такие критерии, которые способствуют убедительности речи. Согласно античной аристотелевской традиции убедительность исходит из логичности (логос), авторитетности (этнос) и эмоциональности (пафос). Разумеется, убедительность образуется и проявляется в процессе рождения мыслей и их выражения. В соответствии с пятью разделами общей риторики, риторический процесс включает в себя изобретение, расположение, выражение, память и произнесение, они последовательно представляют процесс порождения речи, то есть движения от мысли к слову. Согласно теории изобретения создатель речи находит определенную тему для общения, формулирует вопросы, которые вызывают у аудитории интерес, находит аргументы для обоснования, делает убедительные выводы. На этом этапе образования речи выделяются критерии актуальности, аргументативности и обоснованности. Расположение помогает создателю текста строить речь в определенном порядке. Оно имеет значение для построения выступления, однако в настоящей речевой среде, когда все время обогащаются жанры и виды речи, ее адресность не получила распространения. И так, трудно обобщить касающиеся критерии, поскольку каждый жанр может обладать своеобразной речевой структурой, тем более, структура речи часто имеет индивидуальный характер. Критерии третьего этапа в большой мере совпадают с критериями стилистической критики – это: согласованность выражений со стилевыми и жанровыми требованиями, образность, выразительность, экспрессивность. На этом совершается процесс порождения письменной речи, а для устной публичной речи характерны также четвертый этап «память», как и пятый – «произношение». «Память» требует от выступающего с точностью воспроизвести заготовленный или обдуманый текст, а произношение иногда определяет успешность восприятия устной речи. Главные критерии при этом – четкость и интонационность, которые

454 | обеспечивают адекватное воздействие передаваемой информации и ярко выраженных эмоций.

Иерархия образует единство критериев для риторической критики, и каждый критерий может служить отдельным параметром для анализа и оценки. Например, выявляя критерий аргументативности речи, исследователь проводит анализ источников тезисов и формулировок аргументов, их вероятности, правдивости и, в конечном итоге, справедливости выводов. Такой анализ по праву считается риторическим и является составной частью оценочного процесса в отношении эффективности речи.

Таким образом, иерархия критериев предоставляет параметры для оценки, но для самого риторического анализа нужно еще выработать доступные модели, по которым можно осуществить аналитическое изучение идей и способов выражения речевых продуктов. Модели определяют конкретные объекты анализа, которые имеют соответствующие связи с выделенными критериями. При этом сошлемся на работу В.В. Смолененковой «Основы риторической критики», в которой обобщается эволюция развития риторической критики в российской словесной традиции и зарубежной филологии, определяются составляющие критической деятельности, анализируются существующие методы риторической критики, систематизируются подходы к риторической критике. Она в третьей главе рассматривает этос, логос и пафос как объекты риторической критики, а также взаимоотношение между этими факторами, и в выводах к данной главе прилагает возможные варианты взаимозависимости компонентов публичного выступления. И в данной работе мы также пытаемся нарисовать модель риторической критики, которая распространяется на все виды и жанры реальной речи.



Создание данной модели основано на проведенном нами анализе критериев риторической критики с учетом теории риторического контекста. Исключены критерии и соответствующие объекты на этапах «памяти» и «произнесения», поскольку предлагаемая модель употребляется не только для критики публичного выступления и других жанров устной речи, но и для письменной. Справедливость данной модели требует подтверждения со стороны практического опыта, ожидает корректировки, дополнений и исправлений.

*Данная работа опубликована при поддержке научного гранта Национального фонда социальных наук под названием проекта «Сопоставительное исследование механизма риторической аргументации в китайском и русском политическом дискурсах» (18XY033).*

### **Литература**

1. Смолененкова В.В. Основы риторической критики: учебное пособие. – М.: Форум: Инфра-М, 2016.
2. Burke K. Language as Symbolic Action: Essays on life, literature, and method. Berkeley: University of California Press, 1966.

*Lin Mei*

### **RHETORIC CRITICISM: THE THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS**

*Annotation.* The article deals with the rhetorical criticism in theoretical and practical aspects. Rhetorical criticism is defined as a component of the humanities and speech sciences, outlines the main functions in different respects, analyzes the main criteria for rhetorical evaluation and puts forward a model for this type of critical activity.

*Keywords:* rhetorical criticism, functions, analysis and evaluation, criteria, model.

## ИЗУЧЕНИЕ КОНТАКТУСТАНАВЛИВАЮЩЕЙ РОЛИ ОБРАЩЕНИЯ В КУРСЕ «РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ»

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению контактустанавливающей роли обращения в контексте дискурса. В статье анализируются различные виды и функции обращения. Приводятся формулы установления и поддержания речевого контакта между коммуникантами.

*Ключевые слова:* дискурс, речевой акт, речевой контакт, обращение, виды и функции обращений.

Истории квалификации обращения выделяются несколько точек зрения, которые условно можно определить как этапы его изучения. Первоначально обращение понималось как слово или словосочетание, не входящее в состав предложения, не являющееся его членом и не составляющее отдельного предложения [8: 404]. Таким образом, обращение не рассматривалось в рамках синтаксиса.

На следующем этапе обращение признается членом предложения иного смыслового и синтаксического порядка, чем традиционные члены предложения. Обращения как «члены предложения второго порядка, сопутствуя членам первого порядка, призваны в процессе общения указывать адресата реализуемой в речи мысли» [7: 92–93]. Определенного внимания заслуживает трактовка обращения как «самостоятельного структурно-грамматического типа предложения» [9: 5], которое «в основе своей имеет форму мысли-понятия об адресате речи» [9: 24]. Другой подход квалифицирует обращение как «распространяющий член предложения – имя в форме им. п., возможно – с зависящими от него словоформами, называющий того, к кому адресована речь» [10: 163].

Следующим этапом явилось понимание того, что в связном тексте нет отдельных слов и словосочетаний, но есть предложения и части предложений. Таким образом, обращение стало определяться как «грамматически независимый и интонационно обособленный компонент предложения или более сложного синтаксического целого, обозначающий лицо или предмет, которому адресована речь» [4: 340].



Многочисленные факты употребления обращений в речи свидетельствуют о необходимости рассматривать подобные единицы речи не в рамках теории предложения, а в аспекте макросинтаксиса, прагматики, теории дискурса. Дискурс понимается как «целенаправленное социальное действие, как компонент... взаимодействия людей и механизмов их сознания... как связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» [1: 137]. Дискурс состоит из множества элементов, единиц речевого поведения, иначе – речевых актов. Речевой акт – это «целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе» [2: 412].

Одним из видов речевых актов является обращение. Обращение может входить как составной элемент / компонент в более объемный акт общения, а также может быть отдельным, самостоятельным актом коммуникации (в определенном контексте – обращение в вокативной функции). Необходимо также учитывать функции обращения в речи. «Основная функция обращения – называние того, к кому направлена речь – очень часто сочетается с экспрессивной оценкой, с выражением субъективного отношения говорящего (пишущего). Экспрессия выражается по-разному: интонацией, повторением обращения, сопровождающими его междометиями или частицами, лексическим значением того слова, которое выступает в роли обращения» [10: 164]. Итак, набор функций обращения по отношению к адресату следующий: указание, называние, привлечение внимания, установление контакта, оценка, характеристика (краткая или развернутая), выражение субъективного отношения.

В методических целях нами были выведены различные речевые формулы установления и поддержания контакта между коммуникантами. Приведем примеры речевых формул с обращениями (О).

Формула 1. О!

Вокативная реплика, произнесенная с определенной эмоционально окрашенной интонацией упрека, мольбы, укора, негодования, страха, радости, удивления и т.д.

Формула 2. О! Речь.

Всякая публичная речь начинается с обращения к слушателям, с помощью которого говорящий устанавливает контакт с ними.

Формула 3. О! ФВ. Речь.

Формула установления речевого контакта: обращение, формула вежливости (*извините, пожалуйста, разрешите* и т.д.), речь.

Формула 4. О! ФВ. Речь. Благодарность.

Формула корректно поставленного вопроса: обращение, формула вежливости, речь, благодарность за ответ.

458 | Приведенные формулы, будучи наглядно оформлены, находят свое место на занятиях по риторике и служат более прочному усвоению правил коммуникации.

Покажем практическое применение данных формул на примере занятия по дисциплине «Речевые практики» с бакалаврами гуманитарного направления [б: 242–250]. Тема занятия была сформулирована следующим образом: «Речевой контакт. Правила вступления в речевой контакт. Обращение как способ установления речевого контакта. Типы обращений в устной и письменной формах речи». Предмет изучаемой темы является как нельзя более актуальным: каждый из нас должен вступать в речевой контакт ежедневно и неоднократно; от успешно проведенного начала контакта подчас зависит результат всего дела. Изучение данной темы предполагает решение студентами следующих задач: 1) уяснение знаний по правилам и способам вступления в речевой контакт; 2) овладение умением свободно вступать в речевой контакт с окружающими людьми; 3) развитие навыка свободного общения.

Исходя из методического принципа внимания к материи языка [12: 25–26] и установки на сотрудничество как наиболее эффективный тип общения [5: 40], представляется целесообразным анализ приветствий и обращений между преподавателем и студентами.

«Здравствуйте!» – говорит преподаватель, приветствуя студентов.

«Здрассьте...» – слышится вялый ответ.

Преподаватель предлагает студентам провести небольшой эксперимент. Группа разделяется на несколько сегментов, мини-групп; преподаватель произносит перед каждой мини-группой приветствие и обращение – каждый раз по-новому (с разными лексемами и различной эмоциональной окраской); студенты соответствующей мини-группы реагируют определенным образом. Все остальные внимательно слушают, а затем анализируют акт общения. В ходе проведения этой работы обнаруживается, что реакция студентов (ответное приветствие) получается разной. Например, приветствие, произнесенное вяло, с хмурым видом, без обращения: «Здравствуйте...», – вызывает скуку и состояние ненужной для занятия расслабленности. Шутливое молодежное приветствие: «Привет, крошки!» – заставляет студентов рассмеяться и опять же расслабиться. И только бодрое, энергичное, с открытым лицом и доброжелательным выражением лица приветствие: «Здравствуйте, господа филологи!» – приводит студентов к аналогичному ответу, к симметричной речевой реакции. На основании анализа данного эксперимента делается вывод о важности практически всех условий установления речевого контакта: как лингвистических, так и экстралингвистических условий.

Затем проводится запись бытующих в современном вузе обращений преподавателей к студентам: *Студенты!*, *Студенты 1-го курса!*, *Уважаемые студенты!*, *Коллеги!*, *Уважаемые коллеги!*, *Группа 102!*, *Уважаемая 102-*

я группа!, Филологи!, Лингвисты!, Друзья!, Дорогие друзья!, Друзья мои!, Дорогие мои!, Ребята!, Девочки и мальчики!, Молодые люди!, Уважаемые!, Дамы и господа!, Леди и джентльмены!, Слушатели!, Уважаемые слушатели!, Аудитория!, Уважаемая аудитория! и др. Студентам предлагается проанализировать записанные обращения, а именно: 1) определить уместность каждого вида обращений; 2) указать значения, которые вкладывают преподаватели, по их мнению, в эти формы обращений; 3) выбрать оптимальное, с их точки зрения, обращение к ним как к студентам.

Выводы, полученные в результате мини-дискуссии, следующие. С точки зрения уместности, эти обращения можно подразделить на следующие виды: официально-деловая обстановка требует обращений типа: *Уважаемые студенты!, Уважаемые коллеги!, Уважаемая аудитория!, Дамы и господа!*; учебная вузовская обстановка позволяет использовать – кроме указанных – обращения: *Друзья!, Коллеги!, Слушатели!, Аудитория!* и др. Неофициальная обстановка допускает все виды обращений, выбор которых зависит от целей говорящего: от нейтральных *Студенты 1-го курса!* до несколько фамильярных *Девочки!, Мальчики!*. При этом каждый вид обращений достаточно определенно сигнализирует обучаемым о целях речи преподавателя, о его отношении к студентам и даже о его настроении в данный момент.

Несомненно, у каждого преподавателя может быть свой тип обращения к студентам, но результаты мини-дискуссии показывают, что довольно часто за определенным видом обращения закрепляется конкретное намерение, прагматическая цель говорящего. Например, когда студентов просят сделать что-либо, к ним обращаются примерно так: *Друзья!, Дорогие друзья!*; если есть необходимость разобраться с неприятной ситуацией, то несколько отстраненно произносят: *Милостивые судари и сударыни!*; если необходимо выразить иронию, то прибегают к таким обращениям: *Уважающие себя граждане!, Дамы и господа!, Леди и джентльмены!*

На вопрос о выборе оптимального обращения к ним самим студенты ответили по-разному: одна группа предпочла обращения *Коллеги!, Друзья мои!*; другой группе комфортными показались слова *Студенты!, Ребята!*; третья группа выбрала вокативы *Уважаемая 102-я группа!, Уважаемые слушатели!, Уважаемая аудитория!*

Вывод, к которому приходят студенты после проведенной работы: обращения, существующие в живой практике речи, весьма разнообразны по своему составу и выполняют различные функции, важнейшей из которых является контактоустанавливающая.

На следующем этапе занятия преподаватель активизирует в сознании обучаемых ассоциативно-тематические поля «Обращение в единственном числе к лицам мужского пола» и «Обращение в единственном числе к лицам женского пола». Студенты подбирают и записывают соответственно в два

460 | столбика слова-обращения из этих полей (соблюдая принцип увеличения возраста). Пример содержательной фиксации этого задания:

*Мальчик! Малютка! Парнишка! Друг! Братишка! Парень! Юноша! Молодой человек! Мужчина! Земляк! Хозяин! Дядя! Дяденька! Папаша! Дедушка! Дед! Дедуля! Гражданин! Сударь! Товарищ! Господин!*

*Девочка! Малышка! Девчонка! Подруга! Сестренка! Девушка! Барышня! Красавица! Женщина! Хозяйка! Тетенька! Тетя! Мать! Мамаша! Бабушка! Бабуля! Дама! Мадам! Сударыня! Гражданка!*

В процессе подбора обращений каждое из них анализируется с точки зрения уместности употребления в определенной сфере. Рядом с каждым словом-обращением даются словарные пометы. Далее предлагается выбрать из этих огромных списков (примерно до 60 обращений, включая молодежный сленг) те виды обращений, которые были бы уместны в любой ситуации общения. Это поисковое задание, выполняемое обучаемыми по большей части интуитивно, неизменно вызывает у них познавательный интерес. Сначала они называют небольшое количество допустимых в литературном языке звательных форм: *Мальчик! Юноша! Молодой человек! Мужчина! Гражданин! Сударь! Господин!* и *Девочка! Девушка! Женщина! Гражданка! Дама! Сударыня!* Стоит отметить, что довольно распространенные обращения: *Женщина!* и *Мужчина!* вызывают нарекания специалистов по культуре речи. Затем студенты понимают, что выбранные обращения, особенно к людям среднего и старшего возраста, не могут удовлетворить говорящих. Студенты начинают размышлять: неужели нельзя придумать единое слово-обращение, пригодное для всех случаев жизни?

Преподаватель обращает внимание на особенности национальных традиций – существование в других странах единых наименований незнакомых людей: пан и пани – в Польше, мистер и миссис (мисс) – в Англии, мсье и мадам (мадемуазель) – во Франции, синьор и синьора – в Италии и т.д. Внимание обучающихся привлекается и к тому, что в природе русского человека, по мнению ученых, лежит «свобода пользования языком», понимаемая как «умение различать каждого, к кому обращаешься, со всяким вести разговор наособицу. Русский язык потому и противится возникновению любых “общих” слов, что ему при его богатстве легко найти разнообразные формы включения в разговор», формы, в которых «соблюдена необходимая мера почтительности и вместе с тем безличности» [3: 243].

Студентам предлагается найти такие безличные и в то же время вежливые, корректные формы. Варианты ответов: «Извините, вы выходите на следующей остановке?», «Простите, пожалуйста, как пройти к универмагу?», «Позвольте пройти, мне необходимо выйти», «Разрешите поставить сумку», «Не могли бы вы мне помочь вынести чемодан?» и др. Все эти формы выполняют функцию сигналов привлечения внимания, а также роль обращений и выражения вежливой просьбы.

О глубокой связи языка с психикой, с эмоциями у русского человека говорят не только ученые, но и писатели: «Оказывается, слову всегда предшествует внутренний жест. Легко представить себе: “Сударыня, вы уронили перчатку”. И несколько труднее (например, в электричке): “Ну-ка, сударыня, уберите свою авоську. Разложилась...”» [11: 40]. Для носителей русского языка слово обладает определенной силой: то, что как-то названо, тем и является, тем и становится.

Примечательно, что найденный нами вариант безлично-вежливой формы утрачивает свою практичность в нестандартной ситуации общения. Исследователи коммуникативных функций обращения различают виды обращений в зависимости от существа ситуации [13: 88]. Сравним две ситуации:

1) стандартная ситуация, протекающая по привычному социальному сценарию:

а) (в автобусе) – Передайте, пожалуйста, водителю за проезд!

б) (в магазине) – Мне, пожалуйста, килограмм яблок!

2) нестандартная, неожиданная ситуация, требующая быстрой реакции и применения обращения к конкретному человеку:

(на улице) – Молодой человек! Вы уронили перчатку!

Как мы видим, в последнем примере прагматической целью говорящего является окликнуть и остановить незнакомого, но определенного человека.

Вывод, к которому приходят обучающиеся: невозможно найти единое слово-обращение, пригодное на все случаи жизни, нет единого этикетного рецепта для всех ситуаций общения, поэтому необходимо чувствовать и понимать, при каких обстоятельствах и к кому можно применить то или иное обращение.

Понимание обращения как особой коммуникативной единицы, выполняющей несколько функций – зачастую одновременно – побуждает студентов более внимательно относиться к этому виду речевых актов.

Итак, при установлении речевого контакта, при обращении к знакомому или незнакомому человеку мы выбираем обращение – такое языковое средство, «которое в наибольшей степени соответствует потребностям общения в данный момент в связи с признаками как говорящего, так и собеседника, в зависимости от характера их взаимоотношений и официальности / неофициальности обстановки» [13: 84], а также в зависимости от целей данного речевого акта, оценки говорящим условий общения, собственного состояния, статуса и настроения собеседника.

### Литература

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: СЭ, 1990. 682 с.

2. Арутюнова Н. Д. Речевой акт // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: СЭ, 1990. 682 с.

- 462 | 3. Колесов В. В. Культура речи – культура поведения. Л.: Лениздат, 1988. 271 с.
4. Кручинина И. Н. Обращение // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: СЭ, 1990. 682 с.
5. Ладыженская Т. А. Обучение общению. М.: Баласс, 2013. 144 с.
6. Липатова В. Ю. Рефлексивная риторика. СПб.: Алетейя, 2013. 292 с.
7. Печников А. Н. К вопросу о смысловых и грамматических связях обращения в предложении // сб. «Вопросы теории и методики русского языка». Куйбышев: КГПИ, 1963. 392 с.
8. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. Изд. 7-е. М.: Учпедгиз, 1956. 511 с.
9. Проничев В. П. Синтаксис обращения. Л.: ЛГУ, 1971. 88 с.
10. Русская грамматика / гл. ред. Н. Ю. Шведова. В 2-х тт. Т. 2. М.: Наука, 1980. 709 с.
11. Солоухин В. А. Волшебная палочка. М.: МР, 1983. 254 с.
12. Федоренко Л. П. Закономерности усвоения родной речи. М.: Просвещение, 1984. 160 с.
13. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989. 156 с.

*V.Y. Lipatova*

**THE STUDY OF CONTACT-ESTABLISHING THE ROLE OF APPEAL  
IN THE COURSE «SPEECH PRACTICE»**

*Annotation.* The article is devoted to the consideration of the contact-establishing role of the appeal in the context of discourse. The article analyzes the different types and functions of appeal. The formulas establishing and maintaining voice contact between the communicants.

*Keywords:* discourse, speech act, speech contact, appeals, types and functions of appeals.

## ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАМОТНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

*Аннотация.* В статье представлены варианты работы педагогического коллектива по формированию культурной речевой среды в университете, проанализированы типичные речевые ошибки, предложен методический инструментарий по их предупреждению.

*Ключевые слова:* языковая политика, речевая среда, типология ошибок, коммуникативная компетенция, методический инструментарий, языковая личность.

В последнее время коммуникативная компетенция человека признается особо значимой для его успешности, а в перечне фундаментальных знаний для современного специалиста в приоритете также «совершенное владение родным языком». В самом общем виде можно выделить наиболее значимые коммуникативные умения, необходимые специалисту: сообщать информацию, обозначать проблему, формулировать вопросы, выступать перед аудиторией и при необходимости уметь аргументировать и отстаивать свою точку зрения, понимать и систематизировать текст, грамотно излагать мысли в письменном виде, делая четкие выводы и обобщения и др. Однако многие известные ученые, писатели, педагоги с глубокой озабоченностью высказывают мысли о снижении общей культуры владения словом, о частоте речевых ошибок, о неточности словоупотребления, искажении лексических, орфоэпических, грамматических норм литературного языка.

Особая роль в развитии и совершенствовании речевой среды школы, университета, общества в целом принадлежит учителю, преподавателю. Владение литературным языком испокон веков не только «предписывалось» представителям «высшего культурного слоя», интеллектуальной элите общества, но и расценивалось как знак принадлежности к ней. Закономерно и то, что образование, само являющееся феноменом культуры, не может состояться без опоры на культуру личности педагога. В процессе обучения преподаватель, являясь коммуникативным лидером, организует обмен информацией, управляет познавательно-практической деятельностью, регулирует взаимоотношения между обучаемыми. Слово – главный его инструмент – должно

464 | быть эталоном грамотности, образцом высокой культуры речи. Именно преподаватель в первую очередь формирует и создает культурную, гармоничную речевую среду в образовательном пространстве университета.

Успех такой работы зависит от слаженной деятельности всего профессорско-преподавательского состава, от того, как проводятся в жизнь единые требования к устной и письменной речи обучающихся всеми преподавателями и сотрудниками вуза. Не формально, а реально должна быть создана атмосфера нетерпимости к нарушению норм литературного языка, к неточностям словоупотребления. С этой целью рекомендуется:

- систематически проводить работу по обогащению словарного запаса обучающихся, по ознакомлению с терминологией изучаемого предмета;
- следить за аккуратным ведением тетрадей, грамотным оформлением всех записей в аудитории на доске;
- добиваться повышения культуры устной разговорной речи, исправлять неграмотную речь;
- шире использовать все формы внеучебной работы (олимпиады, конкурсы, факультативные и кружковые занятия, диспуты, собрания и т. п.)

Многие преподаватели понимают важность и необходимость такой работы, вместе с тем откровенно признаются в том, что нерегулярно исправляют ошибки в речи студентов, а порой и сами не уверены в правильности собственных высказываний.

Можно ли работать над совершенствованием речи обучающихся, не владея типологией ошибок? Безусловно, нет. Наблюдения за их речью позволили выявить следующие недостатки при устных и письменных ответах:

- неумение отделить исходное положение от следствия;
- нечеткое формулирование выдвигаемого положения;
- недостаточная последовательность изложения;
- отвлечение от изучаемой темы;
- многословие и др.

Типичная «болезнь» многих студентов – повторение лишних слов. Это слова и фразы, не несущие никакой информации, но, к сожалению, часто и неуместно используемые: «так сказать», «значит», «так», «итак», «в принципе», «практически», «грубо говоря», «вот», «это», «это самое», «если можно так выразиться» и др.

Допускаются также серьезные нарушения, связанные с искажением различных норм языка. Представим основные ошибки такого типа.

Фонетико-орфоэпические ошибки, связанные с нарушением норм произношения и ударения. Примером нарушения орфоэпических норм могут служить следующие фразы обучающихся: «семинар нАчался», «красИвейший квАртал», «места в пАртере», «друг звОнит», «углУбленный курс», «Экспертный совет».



Допускаются ошибки произносительного характера в словах, где употребляются буквы «е» и «е»: свекла в м. свЕкла, опека в м. опЕка, «истекший период» в м. истЕкший, «оседлый образ жизни» в м. осЕдлый и др. Наблюдаются также ошибки в произношении некоторых слов, требующих смягчения согласного или, наоборот, его твердого произнесения, например: аДекватный, компеТенция, Одесса, Рейтинг, паТент, по-эТесса, пРесса, Тезис, Тесты, Тенденция.

В речи обучающихся встречаются также произносительные ошибки, свидетельствующие о незнании орфографии некоторых слов, следовательно, слова эти и пишутся, и произносятся неверно: «поДчерк», «констаНтировать», «перЕспектива», «яВства», «поДскользнулся», «инциНдент», дермаНтин», «юрисТконсулт» и др.

Отдельные примеры демонстрируют непонимание обучающимися оттенков лексического значения однокоренных слов, различающихся соответственно постановкой ударения и окончаниями: врЕменный–временнОй; харАктерный–характЕрный; перехОдный–переходнОй; перевОдный–переводнОй; языкОвый–языковОй. Для запоминания их полезно составить парные словосочетания, например: харАктерный персонаж – характЕрный признак, языкОвОй барьер – языкОвая колбаса.

Другой разновидностью речевых ошибок являются ошибки грамматические. Грамматическая правильность речи – это соблюдение в речи основных грамматических норм: словообразования, словоизменения, соединения слов в словосочетания и предложения.

Довольно распространенными являются морфологические ошибки, свидетельствующие о незнании норм образования различных частей речи и употребления их форм. Отметим ошибки такого типа:

1. Неправильное определение рода существительных и соответственно их ошибочное согласование с именами прилагательными: «розовая фламинго» в м. «розовый фламинго», «ароматная шампунь» в м. «ароматный шампунь», «новая тюль» в м. «новый тюль».

2. Незнание соответствующей падежной формы: «пара туфлей» в м. «пара тУфель», «килограмм помидоры» в м. «килограмм помидоров», «несколько полотенецв», в м. «несколько полотенец».

3. Неверное образование сравнительной степени имени прилагательного: «более красивее», «самый красивейший», «красивше».

Трудности возникают при образовании глагольных форм, например: «скоро выздоровлю»; «блины пекем», «заеда за мной».

Можно выделить, как довольно частотные, морфологические ошибки, связанные с образованием имени числительного: «обое опоздали», «держись двумя руками», «в двухтысячно восемнадцатом году».

Чтобы точно и ясно выразить мысль, необходимо умение выбирать слова, соответствующие контексту, поэтому так важна систематическая работа над

466 | уточнением лексического значения слова и обогащением словаря. Если говорящему не хватает слов, то в речи его появляются оговорки, сорные слова, неоправданные паузы, нарушение лексических норм, например: «распланировать планы» «повысить кругозор», «обложить учебники», «выполнить проект», «означенные недостатки», «установить дипломатичные отношения», «привести веские основания», «поставить роспись».

Среди распространенных лексических недочетов обучающихся можно выделить: неточность словоупотребления; нарушение лексической сочетаемости слов; ошибки в употреблении фразеологизмов; нарушение стилевого единства текста; погрешности, ослабляющие выразительность текста; однообразие словаря. Так, нарушения норм словоупотребления приводит обучающихся к типичным ошибкам, которые мы наблюдаем довольно часто: «спросить вопрос»; «обложить учебники»; «докончить схему», «рассказать стихотворение».

Довольно распространенной ошибкой является нарушение лексической сочетаемости слов. Вероятно, забывается, что у каждого слова сложились известные смысловые и фразеологические связи с другими словами, которые необходимо соблюдать, что только в контексте устанавливаются значения и оттенки значения слова, что есть устойчивые выражения (*играть роль, иметь значение*), и их нельзя нарушать.

Следует отметить и плеонастические ошибки, которые тоже нередки в речи обучающихся: «главные приоритеты», «внутренний интерьер», «первый дебют», «своя автобиография» и другие.

Немотивированное сочетание слов, непреднамеренный разрыв лексических связей приводят к нарушению языковой нормы, что выражается в следующих разновидностях лексических ошибок:

– погрешности, связанные с употреблением паронимов, например: «усвоить профессию», «драматический эпизод», «заглавная роль», «поставить роспись» и др.

– неразличение синонимичных слов, например: «Культурология воспитывает эстетическое чувство прекрасного»;

– неуместное употребление канцеляризмов, например: «Понимание последствий запоминания каких-либо фактов или сведений также может быть хорошим стимулом заставить нашу память произвольно зафиксировать полученную информацию»;

– тавтология, например: «в рассказе рассказывается», «писатель пишет»

Перечислим некоторые возможные мероприятия и формы работы, направленные на формирование развивающей комфортной речевой среды в образовательном учреждении: анкетирование и выявление типичных недостатков в области речевой культуры и речевого этикета; обучение приемам работы с современной теоретической и методической литературой по культуре речи,

речевой технике; создание словарей – справочников по различным нормам литературного языка; проведение тренингов, мастер-классов, конкурсов, проектов, грантов, акций; организация регулярных рубрик в студенческих газетах, серии радиопередач; организация дискуссионных клубов, студий речевых технологий; проведение бесед, организация консультативной службы русского языка и др.

Такая комплексная и планомерная работа, несомненно, дает положительный результат и возможность понимания учебного заведения как социально-культурной системы, как формы трансляции и воспроизводства культурных норм, ценностей, идей, как пространство, в котором формируется грамотная языковая личность.

### Литература

1. Граудина Л.К., Кочеткова Г.И. Русская риторика. – М.: ЗАО Изд-во Центрполиграф, 2001. – 669 с.
2. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник // Под ред. Л.Ю.Иванова, А.П.Сковородникова, Е.Н.Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 840с.
3. Лунева Л.П. «Матовый» смог на Россией и его возможные последствия // наука и культура России. Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвященной Дню славянской письменности и культуры памяти святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. 2011. С. 182–184.
4. Лунева Л.П. Речевая компетенция преподавателя вуза: монография– Самара: СамГУПС, 2004. – 256 с.
5. Лунева Л.П. Тренинг профессионально ориентированных риторики, дискуссий и общения: учебное пособие. – Самара: СамГУПС, 2009. – 223 с. (Гриф УМО)
6. Михальская А.К. Основы риторики. – 10–11 кл. : Учеб. для общеобр. учреждений. – М.: Дрофа, 2001. – 496 с.
7. Попова А.В., Лунева Л.П. Совершенствование этической компетенции учащихся в процессе освоения элективного курса// Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. Т. 13. № 2–5. С. 1231–1235.

*Annotation.* The article presents the variants of the work of the teaching staff on the formation of the cultural speech environment at the University, analyzed the typical speech errors, proposed methodological tools for their prevention.

*Keyword.* Language policy, speech environment, typology of errors, communicative competence, methodological tools, language personality.

*О.И. Марченко*  
*доктор филос. наук,*  
*профессор Санкт-Петербургского государственного университета*  
*Санкт-Петербург, Россия*

## ТЕЛО КАК ЗНАКОВАЯ СИСТЕМА

*Аннотация.* Тело как знаковая система и средство организации социальных отношений выполняет функцию общения. Риторический акт не может рассматриваться изолированно от движений и жестов. Человеческий жест относится к языку, а не к обусловленным нашей природой двигательным проявлениям. Он открывает и наполняет энергией мысль в движении к другому (партнеру, слушателю, аудитории). Одно и то же высказывание, сопровождаемое различными жестами, может приобретать прямо противоположные значения. Тело человека в процессе риторического взаимодействия приобретает культурные качества, становится смыслонесущим, художественно-выразительным. Через телесность мы воспринимаем и становимся воспринимаемыми.

*Ключевые слова:* культура, риторика, общение, взаимодействие, движение, жест, поза, пластика, мимика.

Язык тела настолько богат и развит, что может выразить самые сложные смыслы и, значит, может быть описан как знаковая система. С помощью позы, жестов, мимики, выражения лица человек вступает в общение с себе подобными, придавая большую выразительность своим словесным высказываниям. Существуют универсальные жесты, чья семантика остается неизменной в разных культурах и в разные эпохи. Составление полного словаря жестов народов мира с их национальной спецификой – задача, по-видимому, трудноразрешимая. Даже внутри данной культуры один и тот же жест может приобретать разные смыслы в зависимости от контекста. Специальное знание о совокупности телодвижений носит название кинесика.

Наше тело — сложнейший механизм, чутко реагирующий не только на внешние, но и на внутренние факторы. Рождаясь как *homo somatis*, мы имеем тело как биологическую данность, как атрибут и условие бытия, как объективную возможность нашего существования в мире. Наше тело обладает различными функциями, такими как дыхание, кровообращение, а также своим собственным разумом. Тело любого человека отражает историю его жизни, его опыта, принципов и установок, стиля мышления, особенностей личности. Все мысли и чувства, пережитые нами, сохраняются в теле. Негативные, «застревая» в теле, заковывают в мышечный «панцирь» – броню, которая блокирует подвижность и гибкость. Психологи, специалисты в области здорового образа жизни, борьбы со стрессом, предлагают многочисленные

теории о знаках нашего тела. В их основе находится идея о том, что бессознательные движения могут быть сигналами внутренних переживаний – тайных страхов, нерешенных вопросов. Снимая напряжения и зажимы, мы улучшаем качество жизни и расширяем рамки возможностей для собственного роста.

«Дано мне тело — что мне делать с ним...» (Осип Мандельштам) – вслед за поэтом, заметим, что взаимоотношения человека со своим телом складывались различным образом: от слияния и нерасторжимого единства до острого конфликта, приводящего к отмежеванию души от собственного тела. Это зависело от соматического сознания, характерного для данного времени и типа культуры. «Различие тела и разума – это искусственная дихотомия, дискриминация, которая, несомненно, в большей степени основывается на своеобразии познающего интеллекта, чем на природе вещей» [4:646]. В действительности жизнь тела не существует без психического аспекта, а психическое проявляется в физическом. Душа предстает «блуждающим» органом, способным менять свое место в зависимости от эмоционального состояния человека.

Для риторики как искусства убеждать тело – полноценный участник процесса общения. Его движения не менее красноречивы, чем слова. «Глаза надежней, чем уши» – утверждали древние мудрецы. «Слышать глазами – высшая мудрость любви» – читаем у Шекспира. Современная наука говорит, что 80% информации о внешнем мире поступает к нам через глаза, то есть сам акт зрительного восприятия можно рассматривать как акт мышления. В этой связи вспомним наблюдение В.Гумбольдта о способности человека мысленно связывать то, что он видит, со всем, что он уже знает. Глаголами видеть, глядеть, смотреть обозначается не только движение глаз, но и работа ума, умственного взора, не только зрение, но и воззрение: точка зрения, взгляд на вещи. Очевидным (ясным, безусловным) для человека бывает то, что очи видят.

Древность и античность не знали разделения духа и тела. Ведущий мотив культуры античности – это духовно-телесная неразделенность. Для древних греков говорящим было все тело. Поэтому нагота была столь естественна для художественной культуры этого времени. Понятие «красоты» с античных времен включало в себя красоту человека в единстве его духовных и физических качеств и стояло в одном ряду с добродетелью и истиной. Тело героя, атлета красиво не только само по себе, но и как воплощение героического духа, нравственных качеств. В античном мировоззрении телесность имела возвышенный смысл. Человеческое тело столь прекрасно, что оно соответствует божественному духу, и сами Боги греков человекоподобны. В формировании гармоничного человека интеллектуальное, физическое, нравственное, эстетическое были объединены. В гимнасиях воспитание духовное развитие связывалось с физическим совершенствованием тела.

В античной риторической культуре искусству жестикуляции при публичном выс-туплении придавали большое значение. Пластику называли немой музыкой, приписывая ей способность движениями передавать то, что трудно было выразить словом. Сократ уже в зрелом возрасте стал осваивать искусство танца. Платон, рассуждая в диалоге "Пир" о красоте, воспринимает телесность как условие становления, возвышения души к созерцанию высших ценностей, и в этом особое предназначение тела и его смысл. Тело для Платона – необходимый и значимый элемент духовного становления. В танце философ видел имитацию всех жестов и движений, которые делает человек и считал пластические умения гражданской добродетелью. Аристотель говорил, что пластика всей совокупностью движений передает нравы, страсти и деяния. Плутарх называл танец немой беседой, говорящей картиной. Цицерон писал, что каждое движение души имеет свое естественное выражение в жесте и мимике, они должны отвечать смыслу слов, ведь каждое телодвижение есть мысль, а каждая мысль – телодвижение. Условная речь жестов изучалась и комментировалась и многими другими античными философами. Они отмечали, что движение не может быть некрасиво, если оно отвечает своему назначению. Само искусство сцены имеет своим началом танец. *Mens sana in corpore sano* – это основное положение мудрости античных греков и римлян не являлось для них пустой фразой. Человек, выступающий публично, а значит, влияющий на жизнь сограждан, несет ответственность за здоровый дух в здоровом теле, его влияние заключена в строгом согласии между физическими и духовными силами.

Динамику и выразительные возможности тела в пространстве и во времени рассматривает исполнительское ремесло актера. Наше тело является совершенным музыкальным инструментом, оно по своим законам организует невербальную часть речевой деятельности человека. В нем заложены основные ритмы и вибрации, неслучайно оно служит моделью для конструирования музыкальных инструментов. Если статичное тело задает форму и размеры инструмента, то тело в движении задает музыкальную структуру.

Пантомима считается наиболее древней формой театрального искусства. *Pantomime* – пантомимика, то есть движения всего тела – это бессловесная речь, она способна выразить все. Движениями «рассказывали» легенды и предания. В Древней Греции и Древнем Риме пантомима была органическим элементом танца, а танец был неотделим от пантомимы. При помощи пантомимы излагались целые философские системы Тан-цовщик Мемфис, например, передавал так учение Пифагора. Условной природе языка близок язык пантомимы, также использующий иносказание, метафору, гиперболу. Пластическими средствами могут быть выражены простые и одновременно самые глубокие общечеловеческие эмоции, свойственные людям разных эпох и стран, разных возрастов и взглядов.

Жест в узком значении есть выразительное движение рук, передающее его эмоции и чувства. Экспериментально установлено, что начало воображения – в деятельности руки. Жесты оживляют изложение материала, обращают внимание слушателей на те или иные стороны сообщения, служат средством усиления или пояснения мысли. Жест – это движение, выполняющее функцию общения, т.е. движение риторического свойства. Механизм языка жестов органически вплетается в механизм звукового языка, дополняя и усиливая его действенность. Одновременно не может быть искренним слово и фальшивым жест, и наоборот. Интуитивно эта рассогласованность будет воспринята слушателем как неискренность.

Мимика (от греч. «подражательный») – это выражение лица и, прежде всего, взгляда. Именно глаза – «зеркало души», «орган душевных движений». С их помощью при общении осуществляется обратная связь. Множество тонких нюансов, связанных с неисчерпаемой тайной человеческого взгляда находим в художественной литературе. Приведем лишь одно из наблюдений, автором которого является М.Булгаков: «...основная ваша ошибка заключается в том, что вы недооцениваете значения человеческих глаз. Поймите, что язык может скрыть истину, а глаза – никогда! Вам задают внезапный вопрос, вы даже не вздрагиваете, в одну секунду овладеваете собой и знаете, что нужно сказать, чтобы укрыть истину, и весьма убедительно говорите, и ни одна складка на вашем лице не шевельнется, но, увы, встревоженная вопросом истина со дна души на мгновение прыгает в глаза, и все кончено. Она замечена, а вы пойманы!..» («Мастер и Маргарита»). «Стеклянные», испуганные, равнодушные, напряженные глаза – серьезная помеха для общения. Экспериментально установлено, что при застывшем, неподвижном лице оратора для аудитории теряется не менее 10–15% информации. Несмотря на то, что трудно установить движения группы мышц, выражающие единые для всех людей эмоции, мы улавливаем малейшие изменения в эмоциональном состоянии собеседника по изменениям его лица.

Особенно ценится в человеческом общении улыбка. Речь не идет о ремесленной улыбке, лицемерной маске, приклеившейся к лицу. Улыбка, свойственная людям с открытым, добрым характером, имеет свои особенные черты. Она обычно возникает постепенно, освещая все лицо, и длится недолго, но вполне достаточно для того, чтобы быть ясно увиденной. Эта улыбка исполнена сердечного тепла, дружелюбия. Ей достаточно «мелькнуть» на лице – в глазах, уголках губ, именно она и будет именоваться внутренним солнцем человека.

Любой жест основан на естественном движении. В непринужденности, дающей движениям простор и свободу, состоит их красота и грация. Движение приобретает окраску в связи с обстоятельствами, его породившими. Характер движения меняется в зависимости от вызвавших его причин, от



472 | задач, которые оно решает, от темперамента, возраста, эмоционального состояния говорящего, его национальной принадлежности. Все эти факторы влияют на динамику, темп и ритм движения, его «логику». Заторможенные, незавершенные жесты невольно выражают колебание, нерешительность. Когда жесты находятся в противоречии со словами, слушатель больше доверяет жестам, то есть тому, что видит.

Основатель известной системы, ставившей своей задачей развитие выразительного движения актера, Дельсарт утверждал, что лучший жест тот, которого не замечают. Уместным, органичным является лишь тот знак, который выражает суть. Грациозность основана на лаконичности, экономии внешних средств. Но это не единственное условие для существования грации. Для того, чтобы движения были гармоничными, естественными и грациозными, они должны отражать индивидуальность человека. Движения соответствуют естественным наклонностям и характеру каждого индивидуума. Всякое целесообразное движение может быть красиво, потому что свободно. Знание своего дела, убежденность, уверенность в своих силах порождают внутреннюю, а следовательно, и внешнюю свободу. Отсутствие зажима – свобода, покой – с одной стороны, и отсутствие вялости – мобилизованность, хороший физический тонус, с другой стороны, обеспечивают пластическую выразительность. Главным энергетическим каналом тела, можно сказать, «стержнем характера» является наш позвоночник. Посадив, как это рекомендовал К.Станиславский, «тело на колокол», мы преодолеваем вялость и апатию, характеризующие «бесхребетного человека». Именно расправленный, как струна, позвоночник задает вертикаль нашей осанке, служит гравитационной осью, формирующей физиологически оправданную уверенную позу.

Логику поведения в условиях публичной речи диктует логика жизненного поведения. Тело влечет за собой соответствующее психологическое состояние и с ним и само действие. Нормальным, естественным путем оно втягивает в работу тончайшие, не поддающиеся учету творческие силы нашей природы. Приняв на некоторое время печальную позу, можно почувствовать, что нами овладевает печаль. Если придать руке угрожающее положение со сжатым кулаком, то дополнением к этому сама собою является соответственная мимика лица и движение других частей тела. Здесь причиной является движение, а следствием эмоция, т.е. форма повлекла за собой связанное с ней переживание. Ритм в музыке и ритм в пластике соединены между собою теснейшими узами. У них одна общая основа – движение.

Как говорилось ранее, употребление жеста связано с национальными традициями того или иного народа. Манера актерской игры в «комедийных храминах» Петра I выглядела следующим образом: актер обычно сообщал о своем душевном состоянии, например, «о, как я рад» или «о, я прихожу в бешенство», и затем демонстрировал то или иное состояние тем, что начи-



нал метаться, рвать на себе одежды, ерошить волосы, дико вращать глазами, бегать, ложиться на землю, скакать, хохотать и т.п. Со временем эстетика сцены изменялась. Телодвижения оратора всегда бывают в тайном согласии с чувством души, со стремлением воли, в начале XIX века напишет в своем учебнике по риторике Н. Ф. Кошанский.

Для культуры России XXI в. характерно сдержанное использование движения. Экономное движение лишь усиливает красноречие тела. В искусстве речевого взаимодействия жест – это не движение тела, а, как замечал мастер, «движение души». Он сделан точно и вовремя, он должен быть скуп, но обладать драматической силой. Жест без мысли, его оплодотворяющей, будет бесплоден. Таким бесплодным, нежизненным, неестественным будет любой изолированный жест, употребленный вне взаимной согласованности всех частей тела, нарушающий целостное представление о душевном состоянии человека, создающий впечатление фальши, нарочитости, наигрыша. Пафос позы не служит признаком величия, тот, кто нуждается в позах, обманчив. Жест отражает намерение человека и потому предшествует речи. Лишнее, случайное, нецелесообразное движение подобно пустословию отвлекает и мешает восприятию речи.

Наиболее отзывчивыми и выразительными в пластике являются руки. Одна рука проявляет себя активной, тогда как другая ей вторит, поддерживает, сопровождает, дополняет ее. Органичность жеста заключается в том, что он не показывает, а выдает наши мысли и чувства. Внутренняя жизнь человека проявляет себя в активной внешней пластической жизни тела. Пластика всегда созвучна эстетическим представлениям своего времени, отвечает национальной культуре народа. Таковы некоторые секреты пластической выразительности, их соблюдение делает «убедительным» наше тело.

Идеальный оратор в античном представлении соединяет в себе истинную глубину философа и пластическую выразительность великих актеров. Грацию рождает внутренняя свобода и телесная энергия в едином экспрессивном потоке речевого намерения. Физическое действие выражается не одной какой-либо частью тела вне связи с другими, а в совокупности всем физическим существом человека. Телесность – единство природного и культурного, естественного и социального. Участвуя в общении, человеческое тело, можно сказать, из «природы» преобразуется в «культуру», начинает выполнять свое культурное предназначение.

### **Литература**

1. Античные риторики / Под ред. А.А. Тахо-Годи. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1978.
2. Далькроз Е. Жак. Ритм, его воспитательное значение для жизни и для искусства. Шесть лекций. СПб.: Театр и искусство, 1913.

- 474 | 3. Станиславский К.С. Работа актера над собой, ч. 1: Работа над собой в творческом процессе переживания. Дневник ученика. М.: Искусство, 1985.
4. Юнг К. Психологические типы. Мн.: Попурри, 1998.

*O. I. Marchenko*

### **BODY AS A SEMIOTIC SYSTEM**

*Annotation:* Body as a semiotic system and means of organizing social relations performs communicative function. rhetorical act can not be considered in isolation from movements and gestures. human gesture refers to a language but not to the movements, conditioned by nature. it opens and energizes a thought sent to another person (partner, listener, audience). one and the same utterance, followed by different gestures, may acquire an absolutely opposite meaning. a human body during its rhetorical interaction receives cultural properties, acquires meaning, becomes artistically expressive. through our physicality we become subjects and objects of perception.

*Keywords:* culture, rhetoric, communication, interaction, movement, gesture, posture, plasticity, facial mobility.

## АУТЕНТИЧНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ФИЛЬМ КАК СПОСОБ ПОСТИЖЕНИЯ ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ

*Аннотация.* В статье рассматривается потенциал использования аутентичного художественного фильма на уроках русского языка как иностранного для постижения живой иноязычной культуры и языковой среды. Автором проанализированы теоретические источники по данной проблеме. Описаны преимущества и особенности работы с видеоматериалами, представлены задания и методика работы с ними, обосновывается цель их использования. Перечислены основные требования к видеоматериалам, при соблюдении которых учебный процесс будет успешным. В заключение отмечаются достоинства привлечения на уроках аутентичных художественных фильмов.

*Ключевые слова:* русский язык как иностранный, русская языковая среда, иностранные обучающиеся, аутентичный художественный фильм, видеоматериалы, коммуникативная компетенция, профессиональная компетенция.

**В** настоящее время возросла ценность русского языка как иностранного в аспекте профессиональной подготовки студентов. Главной задачей преподавателя русского языка как иностранного в этой связи является формирование социокультурной, коммуникативной компетенции, навыков и умений устного и письменного профессионального общения.

Успешность учебного процесса определяется способностью преподавателя организовать интересный, дидактически ценный урок, умением использовать имеющиеся современные технологии.

Благодаря активному развитию в последние годы информационно-компьютерных технологий, методистам были разработаны различные способы применения их в учебном процессе, что послужило реализации ряда принципов в обучении (наглядности, активности, прочности, доступности и посильности, коммуникативности и др.) [4].

Предоставляются возможным новые формы проведения занятий: презентация, использование онлайн-словарей, демонстрация видео- и аудио-

476 | фрагментов. Перечисленные элементы облегчают восприятие информации, поскольку одним из эффективных способов подачи сложного материала является использование наглядности [3].

Важность использования аудиовизуальных средств в обучении иностранным языкам отмечена в работах российских (И. А. Зимняя, А. А. Леонтьев и др.) и зарубежных (Б. Блис, С. Каннингхэм, Д. Коттон, Р. Купер, Дж. Роуз, Дж. Шерман, Д. Эванс и др.) психологов [1]. Ученые пишут о значительной эффективности восприятия информации, активизации психических процессов, развитии мотивации в ходе применения электронных звуковых средств.

Известно, что формирование коммуникативной компетенции быстрее и эффективнее осуществляется в языковой среде, вне ее – сформировать данную компетенцию гораздо сложнее. В связи с этим использование аутентичных материалов (художественных фильмов) имеет огромный дидактический потенциал.

Использование художественных фильмов способствует реализации различных целей обучения: формированию навыка говорения, письма, аудирования (узкие педагогические задачи), иногда же фильмы используются без определенных целей, для общего развития [2].

Аутентичные материалы создаются носителями языка для своих сограждан, в дальнейшем эти материалы в неадаптированном виде применяются в учебном процессе, ориентированном на коммуникативном подходе к обучению РКИ вне языковой среды. Их применение обеспечивает оперативность получения нужной информации (сведений), что отличает их от других источников.

Дидактически ценным видеоматериалы делает содержание визуальной информации о месте событий, внешнем виде, невербальном общении (язык тела, мимика, жесты, интонация) героев в определенной ситуации. Такая наглядность позволяет лучше понять и запомнить фактическую информацию и языковые особенности речи в определенном контексте [2]. Ко всему прочему видеофильм содержит большое количество информации о предметах и явлениях внешнего мира, что невероятно важно при формировании лингвострановедческой компетенции.

Безусловным преимуществом художественных фильмов является их эмоциональное воздействие на обучающихся, оказывающее мотивирующее действие и позволяющее более ярко и объемно передавать информацию. Фильм стимулирует у обучаемых речевую деятельность на иностранном языке, а также, что не менее важно, творческую активность.

Организуя работу с фильмом, для большей эффективности и задействованности всех участников можно давать задания группового, парного, коллективного характера, это поможет студентам чувствовать себя более уверенно и свободно при вступлении в коммуникацию.

Важной особенностью большинства художественных фильмов (за исключением исторических) является наличие в репликах героев разговорной лек-

сики, естественной речи, с которой обучающиеся впоследствии столкнутся в реальной жизни.

В качестве образца в данной статье предложена работа по аутентичному художественному фильму режиссера Владимира Рогова «Офицеры» 1971 года, в нем освещаются события военного времени с 1920 по 1960 гг. Данный фильм можно использовать на занятиях по русскому языку как иностранному со студентами, обучающимися на основных курсах и продолжающими совершенствовать свои знания. Предлагаются задания, сгруппированные в соответствии с видами речевой деятельности. Они направлены на формирование речевой, языковой и коммуникативной компетенции.

### **1. Обучение навыкам устного общения**

А) Предположите, о чем пойдет речь в фильме судя по названию? («Офицеры»)

Б) Посмотрите эпизод из фильма (звук отсутствует) и опишите место беседы двух военных и их взаимоотношения (фрагмент начала фильма – диалог командира и взводного на вышке).

После просмотра:

В) Подумайте над основной темой фильма, выскажите свое мнение. Согласны ли Вы с мнением Ваших товарищей? Если нет, то почему?

Г) Согласитесь или опровергните утверждения. Если утверждение ложное, дайте правильный ответ:

- События, показанные в фильме, происходят с начала 1940 года.
- По окончании училища курсант Алексей Трофимов отправлен на службу в далекий среднеазиатский гарнизон.
- Алексей Трофимов отправляется в гарнизон один.
- Алексей Трофимов знакомится с молодым командиром Иваном Вараввой в Китае.
- Иван Варавва после Средней Азии отправляется учиться в военную академию.
- Алексей Трофимов получает ранение в спину в Испании.

Д) Разыграйте сцену из эпизода, где Ваня обращается генерал-майору Трофимову (3 действующих лица: Алексей Трофимов, Иван Варавва, Люба, Ваня):

В: Товарищ генерал, разрешите обратиться к генерал-майору Трофимову!

И: Это что за явление?

А: Разгильдяй!

Л: Внук.

И: Вот оно что! Тебя как звать, Егорыч?

В: Иваном, товарищ генерал-полковник!

И: Ну здравствуй, тезка!

В: Здравия желаю, товарищ генерал-полковник!

И: Совсем оглушил! Зачем так кричишь?

В: Командный голос вырабатываю, товарищ генерал-полковник!

И: Почему с чемоданом?

В: Убываю в очередной отпуск, товарищ генерал-полковник!

Е) Восстановите диалог

– Товарищ генерал, группа нарушителей воинской дисциплины...

– Вольно, вольно. Нарушители, значит? И этот лопухий тоже?

– ???

– Можно мне с ним потолковать?

– Суворовец Трофимов!

– ???

– К генералу.

– ???

Ж) Закончите фразу: «А вот профессию надо не по приказу выбирать, а ...»

З) Как вы понимаете смысл фразы: «Есть такая профессия – Родину защищать?»

И) Предположите, что должно случиться дальше (преподаватель демонстрирует эпизод, затем прерывает просмотр «стоп-кадром»)

К) Какие виды известной вам боевой техники представлены в фильме?

## 2. Формирование навыков аудирования

А) Прослушайте песню из фильма. Вставьте пропущенные слова.

От героев былых ...

Не осталось ... имен

Те, кто ... смертный ...

Стали просто ..., ...

Только ... доблесть их

Поселилась в ... живых

Этот ... ..

Нам ... одним

Мы в ... храним

Б) Закончите предложения. Скажите, где в предложении устойчивые словосочетания? Слышали ли вы их раньше?

А вы могли остаться ...

Ничего. До свадьбы ....

Командир обязан ...

А не просто шашкой ...

У вас еще вся жизнь ...

В) Посмотрите эпизод и ответьте на вопросы.

Что попросила купить Люба внука Ваню в киоске?

Куда Алексей Трофимов сказал отправляться внуку Ване? Что к этому добавил Иван Варавва?

### 3. Обучение письму

А) Запишите в тетрадь свои догадки по поводу сюжета на основе его названия.

Б) Запишите новые слова и выражения к фильму:

Шаровары, взводный, красноармейцы, эскадрон, комиссар и т.д.

Трудовая сознательность, отъявленный бандит, счастливо оставаться, махать шашкой, до свадьбы заживет, вся жизнь впереди, ни в грош ни ставить и т. д.

В) Напишите характеристику одного из персонажей (мини-биография).

Любовь Трофимова

Алексей Трофимов

Иван Варавва

Иван Трофимов (Ваня)

Г) Напишите небольшую рецензию на фильм; впечатления от просмотра.

Д) Опишите действия, происходящие в эпизоде.

### 4. Обучение лексике и грамматике

1) Подберите синонимы к словам: провокация, пробьемся, восхищаться, повидаться и т.д.

2) Подберите антонимы к словам: гражданский, расставаться, победа, обрадоваться и т.д.

3) Составьте словосочетания с новыми словами.

4) Вставьте подходящие по смыслу предлоги:

Письмо ... мамани получил

Готовь ... операции старика

Идите ... перевязку

Раз уж ты вторгаешься ... процесс формирования и хватит ... твоим отличнике.

5) Перефразируйте высказывание с помощью синонимов:

Ни в грош ни ставить (не ценить)

До свадьбы заживет (быстро заживет)

*Заполните пропуски в диалогах*

Список предложенных заданий может быть расширен.

Видеоматериалы, соединяющие в себе различные аспекты акта речевого взаимодействия, имеют большой потенциал и преимущество перед аудио и печатным текстом. Введение фильмов в учебный процесс требует тщательной подготовки. Начиная работу с фильмом, преподаватель должен продумать каждый этап работы. Предпросмотровые и послесмотровые задания должны подчиняться общей логике и иметь дидактическую ценность. Использование художественных фильмов не должно идти в ущерб другим видам деятельности.

Предложенная модель заданий по аутентичному художественному фильму на уроках русского языка как иностранного в военном вузе способствует расширению знаний, формированию коммуникативной, лингвистической и профессиональной компетенции, планомерной адаптации к русской языко-

480 | вой среде, интенсивности учебного процесса за счет создания естественной иноязычной среды [5]. Правильно отобранные художественные фильмы и задания к ним обеспечивают развитие всех видов речевой деятельности и повышение мотивации обучающихся.

### Литература

1. Антонова И. В. Просмотр аутентичных художественных фильмов, как способ совершенствования коммуникативной компетенции в области английского языка // Молодой ученый, №6. Т.2, 2011. С. 119–122.
2. Березняцкая М.А., Денисенко А.В. Аутентичный художественный фильм как средство обучения русскому языку как иностранному // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. № 9 (63): в 3-х ч. Ч. 3, 2016. С. 204–207.
3. Массалова А.Э. Информационно-компьютерные технологии как средство активизации познавательной деятельности в практике преподавания РКИ // Современные методы интеллектуального анализа данных в экономических, гуманитарных и естественнонаучных исследованиях. Материалы международной научно-практической конференции 24–26 ноября 2016 года. Пятигорск: Рекламно-информационное агентство на Кавминводах, 2016. 552 с. С. 180–185.
4. Массалова А. Э. Использование аутентичного художественного фильма на уроках русского языка как иностранного в военном вузе // Традиции и инновации в преподавании иностранного языка: материалы научно-практической конференции. – Казань, 2018. С. 60–65.
5. Massalova A. E, Rzhanikova Ju. V., Dziuba E. V. Formation of Motivation for Studying Russian as a Foreign Language in Cadets of a Military Engineering University Through Audiovisual Visibility / A.E. Massalova, Ju.V. Rzhanikova, E.V. Dziuba // Astra Salvensis, VI (2018), Supplement no. 1, p. 683–689.

*A. E. Massalova*

### **AUTHENTIC FEATURE FILM AS A WAY OF UNDERSTANDING FOREIGN STUDENTS THE RUSSIAN LANGUAGE ENVIRONMENT**

*Annotation.* The article discusses the potential of using an authentic feature film in the lessons of Russian as a foreign language to understand the living foreign language culture and language environment. The author analyzes theoretical sources on this problem. Advantages and features of work with video materials are described, tasks and a technique of work with them are presented, the purpose of their use is proved. The basic requirements for video materials are listed, in compliance with which the educational process will be successful. In conclusion, the advantages of attracting authentic feature films at the lessons are noted.

*Keywords:* Russian as a foreign language, Russian language environment, foreign students, authentic feature film, video materials, communicative competence, professional competence.



## ИДЕИ ШТЕФАНА ШПИСА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ РИТОРИКИ

*Аннотация.* Статья посвящена книге Ш. Шписа «Язык тела». Выделены положения, которыми можно воспользоваться при преподавании риторики: «сценический» подход (к его элементам общался В.И. Аннушкин), тезисы о важности статусов участников коммуникации, о значимости пространства. На основании «сценариев» Шписа предложены собственные «сценарии», уже опробованные при преподавании риторики для направления «Межкультурные коммуникации в сфере журналистики»: «Собеседование при приеме на работу», «Сложный разговор с начальником», «Летучка (Общее собрание перед началом работы)», «Фуршет».

*Ключевые слова:* риторика, коммуникация, Шпис, собеседование, переговоры, статус.

Современный уровень преподавания риторических дисциплин высок и оснащен полными и развернутыми учебными пособиями. В трудах В.И. Аннушкина, Ч.Б. Далецкого, И.А. Стернина можно найти ясное и краткое изложение теории в сопровождении конкретных упражнений и указаний для практических занятий. Читая курс риторики для будущих журналистов, автор этих слов неоднократно обращался к трудам вышеназванных ученых, а также к авторитетным зарубежным исследованиям — от Д. Карнеги до А. Пиза и П. Сопера.

Тем не менее, книга Штефана Шписа «Язык тела» оказалась чрезвычайно полезной и дала ряд интересных идей и «сценариев» для практических занятий. Именно на них и хотелось остановиться.

Штефан Шпис — немецкий театральный режиссер, который начал использовать приемы актерской игры при обучении менеджеров разных уровней и сфер деятельности. В 2004 г. он написал об этом первую книгу, в 2009 — дополнил ее новыми главами, в 2010 она вышла в Германии, в 2012 — была переведена на русский язык и вышла в России.

Шпис — поклонник системы К.С. Станиславского и ссылается на авторитет нашего великого режиссера. Теорию нейролингвистического программирования он возводит к системе Станиславского-Страсберга: «Представители ю этого направления в психотерапии воспользовались своим классическим актерским образованием, чтобы на скорую руку состряпать свою версию

482 | и выдают ее за новое достижение: людей призывают программировать себя и других» [5: 56].

Главный тезис Шписа, неоднократно повторяемый на протяжении всей книги: «Решающий импульс языку тела придает внутреннее состояние человека. Научившись правильно настраиваться и демонстрировать свои намерения, вы сможете решить многие задачи (...)[5: 11].

Правильно настроиться можно с помощью конкретных рекомендаций Шписа:

«Только ясное внутреннее отношение создает ясный язык тела и тем самым производит желаемое впечатление на других.

Обязательно выясните, какое эмоциональное отношение должно лежать в основе вашего выступления.

Найдите внутренние образы, на которых основывается ваша эмоция.

Вызовите эти образы в памяти непосредственно перед выступлением и используйте их как импульс» [5: 54].

Здесь можно увидеть некую противоположность теории американского психолога У. Джеймса, слова которого приводит Д. Карнеги: «“Кажется, что действие следует за чувством, но на самом деле действие и чувство сочетаются: управляя действием, которое находится под более непосредственным контролем воли, мы можем косвенно управлять чувством, не находящимся под этим контролем.

Итак, прекрасный сознательный путь к обретению бодрости, если ваша подлинная бодрость утрачена, заключается в том, чтобы сидеть с бодрым видом, действовать и говорить так, словно вы уже проникли бодрость. Если такое поведение не побудит вас испытывать бодрость, то ничто иное в данном случае вам не поможет» [3: 243]. Отсюда американские преподаватели риторики предлагают сначала принять уверенную позу, чтобы потом почувствовать уверенность в себе. Эта рекомендация «работает» не всегда: беда в том, что иногда поза получается не совсем уверенной, а мимика и жесты выдают наше действительное состояние.

На практических занятиях неоднократно приходилось убеждаться в правоте именно Шписа. Когда студенты пытаются «изобразить» какое-либо состояние, настроение, эмоцию — у многих получается ненатурально, они «переигрывают». Когда же они пытаются «настроиться», как следует «вообразить» что-либо, вызывающе у них необходимую эмоцию, нужный результат достигается сам собой.

К авторитету Станиславского обращается В.И. Аннушкин, цитируя «Работу актера над собой» [1: 68]. Однако Шпис, как театральный режиссер, берет сам принцип актерской игры за основу. Вот, например, его конкретная рекомендация для выступления с докладом (традиционного предмета риторических исследований):

«(...) подумайте о своем докладе как режиссер о проекте спектакля и представьте, что играете в нем главную роль. Таким образом, внутри себя вы услышите не только содержание доклада, но и самого себя как главного исполнителя в вашем внутреннем театре» [5: 259].

Второе положение Шписа, которое проходит через всю его книгу — положение об иерархии и необходимости ее соблюдения:

«Тот, кто считает, что современные структуры предприятий базируются на демократических принципах и функционируют не как абсолютистские режимы, справедливо указывает на сложные процессы прихода к согласию, при которых не может доминировать отдельный человек. Разумеется, аргументация эта касается видимой части происходящего. Кто всмотрится глубже, опять увидит старого короля, засидевшегося у власти, восхваляемого престолонаследника, который весьма высокого мнения о себе, завистливого второго сына короля, жестокого генерала, шута, притворяющегося дураком, благородных князей из провинции и бесцеремонных придворных, борющихся между собой за место поближе к трону» [5: 228–229].

Поэтому основная рекомендация Шписа — определить, понять свой «статус» в определенной ситуации и соответствовать ему вербально и невербально. По поведению другого человека и его соответствия тому статусу, который диктуется ситуацией, — можно узнать и о его отношении к Вам. Поэтому все элементы невербальной коммуникации (внешность, мимика, жесты, движения тела, организация пространства, голос) и вербальные компоненты рассматриваются именно в корреляции со статусом.

Такого подхода ни в одной из русских или американских книг по риторике пока не удалось. Вероятно, это особенность немецкого подхода, однако на практике, даже в «деловых играх» он обнаруживает свою действенность.

Более подробно, чем отечественные исследователи, Шпис останавливается на том, что И.А. Стернин называет «организацией пространства общения» [4: 53]. При нахождении в «чужом, враждебном» [5: 85] пространстве Шпис предлагает придумывать «собственное»: «(...)вызывая в памяти образы детства и просто счастливые моменты жизни, вы можете создать себе “собственное пространство”, чтобы защититься от чуждого окружения. При этом вы необъяснимым образом станете производить впечатление более свободного и раскрепощенного человека» [5: 85].

И далее – конкретные советы: на какое место садиться, как «занимать собственное пространство и восстанавливать на него собственные права» [5: 131], держать дистанцию; как помочь собеседнику, как понять, «открыта» или «закрыта» группа людей, с которыми необходимо завязать разговор.

Именно эти рекомендации студенты очень хорошо запоминают, вероятно, потому что в наших книгах об организации пространства говорится не так подробно.

И, наконец, последнее — помощь в организации практических занятий. Книга Шписа, наряду с небольшими теоретическими рассуждениям, конкретными советами, типологией начальников и многочисленными фотографиями поз, жестов, мимических движений, — содержит и записи семинаров. Эти записи похожи на тексты пьес: слева — кто говорит, справа — что говорит; есть и ремарки, обозначающие действия участников семинара. Каждая глава книги содержит такой семинар, с постоянными участниками, характер которых легко угадывается и соответствует определенным психотипам.

Эти семинары и навели на мысль создать собственные сценарии, без подробной росписи реплик, но с определенными действующими лицами и предполагаемым результатом действия. По таким сценариям потом на занятиях были разыграны сценки.

Для магистров, обучающихся по направлению «Межкультурные коммуникации в сфере журналистики» были предложены следующие сценарии: «Собеседование при приеме на работу», «Сложный разговор с начальником», «Летучка перед началом рабочего дня (Общее совещание)» и «Фуршет».

Теоретический материал по этим темам был заимствован у Шписа, однако сам сценарий изобретался самостоятельно. Например, при «собеседовании» выбиралось три работодателя: снисходительный, критически настроенный и принимающий решения. Принимаемый кандидат должен был угадать каждого, занять правильное пространственное положение, точно жестиковать, выбирать нужные языковые средства и т.д. Разыгрывалось два варианта: с большой и маленькой зарплатой.

Сценарий «сложного разговора» содержал два задания. В первом случае надо было попросить о прибавке жалованья, во втором — отказать от работы, которую по каким-то причинам выполнить невозможно. Первое задание так никому выполнить и не удалось. Вероятно, следует ограничиться заданием, которое предлагает Ч.Б. Далецкий, разбирая специфику переговоров: «Подготовьтесь к телефонному разговору с целью выяснения наличия вакантных мест. В ходе разговора уточните условия труда и должностной оклад» [2: 346].

Со вторым студенты успешно справлялись. Здесь надо было определить «тип» начальника (книга Шписа предоставляет такой материал), ситуацию, умело настроиться, привести в соответствие голос, мимику и жесты, выбрать языковые средства, держать паузы и т.д.

Сценарий «Летучки» разыгрывался в двух вариантах: дружественный коллектив и разобщенный коллектив. Здесь использовался раздел книги Шписа: «Совещание... группировки, интриги и путь к победе» [5: 225].

И, наконец, сценарий «Фуршета» базировался на разделе «Светский прием». Задание было следующим: найти человека, с которым необходимо установить контакт, в группе беседующих, подойти познакомиться, заинтересовать собой, обменяться визитками.

Все эти сценарии разыгрывались в последний месяц полугодического курса «Практической риторики», они являлись как бы дополнением к основному курсу, в течение которого тренировалось базовое умение: выступить с речью перед аудиторией. Поэтому их нельзя считать итогом обучения. Это даже не практический выход, но скорее прагматическое использование полученных знаний. На них пришлось остановиться наиболее подробно, потому что базовое умение: «блестящий доклад и успешная презентация», — обстоятельно проработаны в книгах В.И. Аннушкина, Ч.Б. Далецкого, И.А. Стернина и, как представляется, не нуждаются теоретическим дополнениях — а только в практическом исполнении.

### **Литература**

1. Аннушкин В.И. Риторика. М.: Наука, Флинта, 2011. .
2. Далецкий Ч.Б. Риторика: заговоры и я скажу, кто ты. М.: Омега –Л, 2003.
3. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Эксмо, 2002. .
4. Стернин И.А. Практическая риторика. М.: Академия, 2012.
5. Шпис Ш. Язык тела. М.: Эксмо, 2012.

*E. A. Osminina*

### **THE IDEAS OF STEFAN SPITZ FOR TEACHING RHETORIC**

*Annotation.* The article is devoted to the book, entitled Stefan Spies "Body Language". The provisions, that can be used in the teaching of rhetoric are highlighted: "stage" approach ( V. I. Annushkin spoke to its elements), theses about the importance of the status of communication participants, about the importance of communication space. On the basis of "scenarios" of Spies own "scenarios" have been proposed, already tested in the teaching of rhetoric for the direction of "Intercultural communication in the field of journalism": "Job Interview", "Difficult conversation with the boss", "General meeting before work", "Social event".

*Keywords:* rhetoric, communication, spy, interview, negotiations, status.

**Н.Ю. Паудяль**

*ansyna@yandex.ru*

*кандидат филол. наук, доцент,  
методист Общества изучения русской усадьбы  
Москва, Россия*

**Л.В. Филиндаш**

*lfilindash@mail.ru*

*кандидат филол. наук, доцент  
Государственного университета управления  
Москва, Россия*

## СТЕНДАП КАК ЮМОРИСТИЧЕСКИЙ ЖАНР КУЛЬТУРЫ

*Аннотация.* Статья посвящена стендапу как юмористическому жанру современной молодежной культуры. Авторы видят общие корни инновационного явления субкультуры в традиционных жанрах классического юмора. Хронологически предшественники этой новации рассматриваются с начала XX века. В статье приводятся общие и отличительные черты двух жанров: конференса и стендапа. В качестве положительного примера моноспектакля в жанре стендапа исследуется конкретное выступление.

*Ключевые слова:* конференсье, стендап, каламбур, намек, ложное усиление, двойное истолкование, ирония, пароним, эффект неожиданности.

Осенью 2018 года на канале «Россия» стартовала программа «Мастер смеха». Среди многочисленных юмористических направлений первый раз на этом канале был представлен жанр стендап, хотя на других каналах его включали в развлекательные программы раньше: СТС – «Центральный микрофон» (2012 г.) «Ленинградский Stand-Up клуб» (2014 г.); ТНТ – «Stand Up» шоу (2013).

Использование понятия «стендап», которое является производным от «stand up», объясняется распространением англицизмов в русской речи. Это один из малых форм юмористического жанра, который предполагает владение искусством диалога, умение держать внимание большой аудитории, способность предлагать занимательные сюжеты от мелких бытовых до глубоких значимых тем.

С середины XIX века появляется французское понятие «конференсье» (от фр. conférencier – докладчик), которое означало актера разговорного жанра. Поскольку в концертах его роль заключалась в развлечении зрителей

в промежутке между выступлениями актеров, представлении следующего участника, умении заполнять непредвиденные паузы, он должен был переключать внимание зрителей на себя, быть в курсе злободневных событий, сочинять репризы.

Реприза (фр. *reprise* – повтор) – первоначально музыкальный термин, означающий повтор музыкального фрагмента. Словесная реприза 1) «смеховая точка» или «комический узел» (В.Е. Ардов) в монологе; 2) речевой жанр – короткий шуточный номер; 3) интермедия между номерами, «заход» на очередной номер в эстрадном представлении; 4) в цирке клоуновское антре (комическая сценка) или обмен репликами между клоуном и шпрыхштальмейстером. Не случайно в цирке профессия конферансье называется немецким словом шпрыхштальмейстер (от нем. *sprechen* – говорить). Умение добиваться комического эффекта в словесной репризе аккумулируется в высокой культуре речи, риторическом мастерстве.

Отцом русского конферанса является Никита Федорович Балиев (Баян Мкртич Аствасатурович, 1876–1936) – основатель и директор легендарного театра «Летучая мышь», Деятельность этого театра стала продолжением элитарного клуба актеров Художественного театра, которые после окончания спектаклей продолжали обсуждать реакцию публики, актерскую игру, удачные сцены, т.е., устраивали своеобразный «капустник». Они пародировали друг друга, выступали с миниатюрами, ставили импровизационные водевили, вводили музыкальные номера. Постепенно антреприза оказалась настолько коммерчески выгодной, что стало возможным открыть театр на основе модного тогда жанра «капустника».

Конферансье был Н.Ф. Балиев, человек необычайного искрометного чувства юмора, находчивый, богатым воображением, хорошим уровнем знания литературного языка. Он был настолько популярен, что в Москве его цитировали. О нем писали статьи, фельетоны.

По воспоминаниям И. Ильинского, «Балиев не нес той шелухи пошлости, которой обросло это слово (конферансье). Разговор свой он вел просто и непринужденно, подчас что-либо спрашивал у сидящих в зале. И те отвечали. [...] Зрители так же непринужденно задавали иногда вопросы Балиеву, и тот почти всегда остроумно отвечал экспромтом, чем и был знаменит в театральной Москве. Таким образом, конферанс его не был выучен и приготовлен заранее. Конечно, некоторые заготовки на ряд программ он делал, но стиль, смысл и характер его роли конферансье были импровизацией» [1, 116–117]. В 1928 году Н. Балиев был награжден орденом Почетного легиона – одни из самых значимых наград во Франции.

В это же время (1920-е годы) в период привлечения масс в культурную жизнь страны ояень популярны были творческие вечера поэтов и писателей, неотъемлемой частью которых было общение с публикой, ответы на вопросы,

488 | обсуждение произведений поэтов. При этом не все поэты проявляли себя в качестве генераторов шуток, идей, остроумных реплик. Положительным исключением был В.В. Маяковский.

Л.А. Кассиль в книге «Маяковский – сам» характеризует публичные выступления поэта: «...это блестящая беседа, убедительный рассказ, зажигающая речь, бурный монолог. Интереснейшие сообщения, факты, неистовые требования, возмущение, курьезы, афоризмы, смелые утверждения, пародии, эпиграммы, острые мысли и шутки, разительные примеры, пылкие выпады, отточенные формулы». Кроме блистательного арсенала перечисленных речевых приемов Маяковский легко использует и цитаты, неудачные отрывки из произведений других поэтов с ироничной критикой: «Память его необъятна. Без труда цитирует он десятки строк других поэтов. Недаром говорят друзья: у Володи память как дорога в Полтаве – каждый галошу оставит. На шевелюру и плечи рыцарей мещанского искусства рушатся убийственно меткие определения и хлесткие шутки» [2].

Получая резкие замечания и негативные оценки творчества, он не опускался до личных оскорблений: «Ваше последнее стихотворение слишком длинно... [...] – А вы сократите. На одних обрезках можете себе имя составить.»

Он учитывал размер аудитории, ее связь с уровнем суммарного интеллекта и потому часто не разбирал свои стихи, а использовал такой беспроегрешный прием, как отсылка к будущему, когда его наследие станет классикой. «Ваши стихи слишком злободневны. Они завтра умрут. Вас самого забудут. Бессмертие – не ваш удел...»

– А вы зайдите через тысячу лет, там поговорим!»

Варианты креативных аргументов о будущем признании его произведений были разнообразны и содержали личностный подтекст:

«Ваши стихи мне непонятны».

– Ничего, ваши дети их поймут!

– Нет, – кричит автор записки из зала, – и дети мои не поймут!

– А почему вы так убеждены, что дети ваши пойдут в вас? Может быть, у них мама умнее, а они будут похожи на нее.»

Иногда он был вынужден напрямую говорить об интеллекте читателей, при этом не переходил дозволенных границ в непосредственном общении:

– Мы с товарищем читали ваши стихи и ничего не поняли.

– Надо иметь умных товарищей!

Некоторые примеры доказывают его уникальную способность использовать и невербальный язык:

«Маленький толстый человек, проталкиваясь, карабкается на эстраду.

Он клеймит Маяковского за гигантоманию.

– Я должен напомнить товарищу Маяковскому, – горячится коротышка, – истину, которая была еще известна Наполеону: от великого до смешного – один шаг...»



Маяковский вдруг, смерив расстояние, отделяющее его от говоруна, соглашается:

– От великого до смешного – один шаг, – и показывает на себя и на коротенького оратора.»

Среди профессиональных актеров знаменитым конференсье, открытием которого стало доверительное общение с публикой, был Н.П. Смирнов-Сокольский. Его выступления были диалогичны, исполнены скрытого значения, афористичны. Он позволял себе шутки остросоциального характера. Так, например, присвоение награды актеру пожилого возраста он прокомментировал: «Беззубой белке – воз орехов». Во время встречи у министра культуры предложение объединить ансамбли кубанских и донских казаков, он применил прием аналогии с историческим подтекстом, понятным всем присутствующим: «Ничего не получится. О таком объединении мечтал еще генерал Краснов, так у него тоже ничего не вышло».

Традиция актерского профессионального юмора впоследствии существовала в разных формах: чтение авторских и своих собственных произведений, диалоговое общение, пение куплетов.

Непрофессиональный характер юмористических выступлений на публике связан со студенческими вечерами, неофициальными мероприятиями с заготовленными и импровизационными выступлениями шуточного характера, движением КВН.

Современное общество формирует массовую культуру, основной тенденцией которой является убежденность молодежи в возможности каждого быть со-автором культурных трендов. В этой среде поддерживается представление о ценности личности любого уровня образованности, о важности мнения каждого члена сообщества, о необходимости следовать образцам поведения и образу жизни медийных личностей. Привычным стало позиционирование себя как произведения искусства. Квинтэссенцией такого феномена в культуре может считаться рефрен из текста песни группы «Ленинград» на слова С. Шнурова «На выставке Ван Гога я – главный экспонат».

Одним из новых направлений, отражающих эту тенденцию, стало развитие с начала XXI века движение «стендап», участниками которого являются непрофессиональные исполнители. Популярность этого движения привела к созданию стендап-клубов по всей стране, коммерциализации деятельности стендаперов, их гастролированию, участию в многочисленных шоу, программах. Возможности информационного общения и умение использовать современные технологии позволяет большинству участников выкладывать ролики со своими выступлениями в разных форматах Интернет-видео.

Среди наиболее популярных участников движения «стендап» – Иван Пушкин, Идрак Мирзалидзе, Василий Медведев, Дмитрий Романов, Павел Воля и другие. Нурлан Сабуров, казах по национальности, обыгрывает

490 | тематику мигрантов, национальных стереотипов, говорит о Казахстане, русском языке, именах. Ему присущ индивидуальный стиль: низкий голос, необычная мимика (активная работа бровями, глазами). Он создает шутки в одну строку – ванлайн. Абрамов Иван, капитан команды КВН «Парапапарам» МГИМО, пародист, играет на синтезаторе и гитаре.

У многих из них есть опыт выступлений в КВН, а также в развлекательных программах на телевизионных каналах – СТС и ТНТ. Имея высшее образование, они намеренно используют сниженную лексику и, обращаясь к темам секса, физиологии, проявлениям низменных чувств, добиваются популярности в молодежной аудитории. Обыденность сюжетов, небольшая продолжительность каждого выступления, использование речевых приемов для создания комического эффекта, невербальное воздействие, – все это характеризует стендап как малый юмористический жанр. Выступление авторов стендапа отличается от традиционной речи, обращенной к конкретной публике. Хотя текст готовится заранее, он не имеет трехчастной структуры и может содержать рассуждения на одну или несколько тем, причем почти в каждой реплике содержатся шутка, парадокс, иронический подтекст, эффект неожиданности, т.е., авторы используют выразительные приемы эстрадной репризы. Иногда обыгрываются разные по значению, но одинаковые по звучанию слова, т.е., омофоны, которые рассчитаны на образование двусмыслицы. Кроме того, «...некоторые ораторы сочетают несхожие, даже диаметрально противоположные методы изложения материала в одном выступлении, что позволяет сделать речь нестандартной, запоминающейся» [7, 267].

Стендап движение отличает разный уровень участников – создателей текстов: от плебейского низменного до интеллектуального, высококультурного. Примером последнего может служить участница третьего выпуска передачи «Мастер смеха» Карина Мейханаджян.

В своем монологе она затронула довольно болезненные темы, связанные с образованием, проблемами национального и межкультурного общения.

Выступление она начала с ироничного представления, пошутив по поводу своего труднопроизносимого имени и фамилии: «Когда я сказала, что я Карина Мейханаджян из Эчмиадзина, мой логопед уволился».

Она является преподавателем русского языка, свою специальность педагога она представила как «попрошайничество», намекая на неценность государством важности работы учителя: «Я научу вас не переживать по пустякам. Надо просто занизить свои ожидания. Чтобы вы понимали, о чем я говорю, я с детства мечтала стать попрошайкой. Я, наверное, поэтому и поступила в Педагогический». Не говоря напрямую о низкой оплате труда людей этой профессии, она, тем не менее, использует глагол «занизить», что невольно проецируется на реальный размер зарплаты. Тема «деньги» сложна для обсуждения. Для русской культурной традиции разговор о материальном денежном

избытке или недостатке – проявление вульгарности. Искусство автора обойтись намеком говорит о чувстве меры, такта, об умении избежать пошлости.

Прием двойного истолкования, близкий к намеку, использован в болезненной теме о ЕГЭ. Спросив «но согласитесь, кто как не учительница с Кавказа реально научит детей писать ЕГЭ на 100 баллов?», Карина имеет в виду тот факт, что выпускники этого региона зачастую имеют максимальные баллы за государственный экзамен по русскому языку. При этом они не всегда демонстрируют соответствующий уровень знаний по этому предмету. Сложность построения речевого оборота проявляется в наличии приема диалогизации речи (согласитесь), а также применения уступительно-усилительного значения с обобщающим смыслом (кто как не). Таким образом, базой двойного истолкования выступает подтекст.

Среди других приемов в блоке национальных проблем удачно выглядит прием ложного усиления, когда автор делает обобщающее заявление, которое потом опровергает. Говоря о национальных стереотипах, она приводит господствующее мнение о том, что все армяне имеют шашлычные, работают таксистами. С одной стороны, она завуалированно отрицает это и тут же подтверждает его верность: просит отца принести «с работы» люля, подчеркивая, что он, действительно, владеет указанным бизнесом.

Автор не боится посмеяться над собой как представительницы нации, что всегда воспринимается положительно. Она иронизирует: «Существует стереотип, что все армяне волосатые [Пауза]. Так вот, это не стереотип». Эффект неожиданности основан на несоответствии фраз – заключительной и начальной. Публика ожидает опровержения тезиса, а Карина безоговорочно подтверждает его.

Среди наиболее ярких приемов выразительности речи в конкурсном выступлении использовались каламбуры. В одном случае в его основе неразличение паронимов. Демонстрируя якобы хорошее знание русского языка, один из персонажей ее моноспектакля говорит: «Я тоже русский школа скончался». Обыгрываются паронимы «окончить» и «скончаться».

Во втором случае каламбур построен на разном содержании имени «Рубик».

«У меня было тяжелое детство. Пока у вас был кубик Рубика, у меня был дядя Рубик [Пауза]. Если честно, очень несобранный человек». Игра слов основана на противоположном значении словосочетаний: «кубик Рубика» и «дядя Рубик». Помимо ассоциацией с именем, возникает аналогия с популярной в стране головоломкой.

Одна из основных характеристик, свойственных жанру стендапа – обращение к непопулярной, запретной на официальных СМИ теме. Проблема национальных отношений в разных его аспектах довольно интересно представлена автором-армянкой. Она обсуждает не только бытовые вопросы (работа, еда), но и проблему отношения к людям неродной нации.

Ее реплики «...ко мне в метро подсел таджик или узбек. По мне все не русские на одно лицо» вызывают смех в зале, потому что она повторяет существующее восприятие русскими людьми представителей другой национальности, что может быть проявлением более общей закономерности неприятия чужого понимания красоты. Это подчеркивается обращенного к ней вопроса «Ты дагестанка или белоруска?» Она нарочито возмущается, говоря, что совсем не похожа на дагестанку, хотя все понимают невозможность ее сравнения с белоруской.

Карина не ставит глобальные политические межнациональные проблемы, но шутит по поводу дружеских отношений актера-шомена Михаила Галустьяна и главы Чеченской Республики Р.А. Кадырова.

При том, что как у преподавателя русского языка, у нее безупречное построение фраз, она намеренно использует, правда в очень незначительной мере, сленг (вестись на хачей, бесит все), что придает ее речи особый национальный колорит. Этой цели служит намеренное единичное демонстрирование специфического акцента (при Ау!-стерлице) при реальном его отсутствии.

В целом, монолог Карины Мейханаджян с учетом вышесказанного можно считать положительным примером в жанре стендап-шоу.

Нельзя не отметить, что большое количество молодых людей демонстрирует желание показать и почувствовать причастность к модному движению стендапа как значимому явлению культуры. Исследователи отмечают, что «в условиях интернет-коммуникаций, когда нарастает изолированность, оторванность человека от реального социума... актуализируется задача формирования новых социальных связей и пропаганда новых интересов вместо утраченных» [6, 357].

Стендап как один из наиболее популярных среди молодежи жанров массовой культуры «формирует общественное мнение средствами массовой информации, когда актуальные факты, события, явления интерпретируются в заданном [автором стендапа] ракурсе. [В то же время он] адаптирует структуру ценностных предпочтений, замещает анализ когнитивных причинно-следственных связей примитивными... [подчас] объяснениями, что в целом вульгаризирует сознание, низводит его до аморфного, инфантильного уровня» [3, 243].

### Литература

1. Ильинский И.В. Сам о себе. Москва, «Искусство», 1973, 528 с.
2. Л.А. Кассиль. Маяковский – сам. Очерк жизни и работы поэта. Москва, «Молодая гвардия», 1960. 156 с.
3. Паудяль, Н.Ю. Диссипативность коммуникации в системе массовой культуры / Н.Ю. Паудяль // Вестник университета. – 2016. – № 5. – С. 240–246.

4. Паудяль Н.Ю., Филиндаш Л.В. Актуальные вопросы реновации коммуникативной культуры в условиях информационного общества. // Сервис plus. 2013. № 3. С 78–86

5. Филиндаш, Е.В. Досуговые формы интернет-общения и одиночество среди студенческой российской молодежи: корреляция понятий и содержания / Е.В. Филиндаш // Вестник университета (ГУУ). – 2015. – N 10. – С. 311–318.

6. Филиндаш, Е.В. Социально значимые векторы феномена одиночества / Е.В. Филиндаш // Вестник университета (ГУУ). – 2015. – № 11. – С. 357–364.

7. Филиндаш Л.В. Речевая культура менеджера: структура, этапы создания эффективного публичного выступления // Вестник ГУУ, М.: 2015. № 11:

*N. Yu. Paudyal, L. V. Filindash*

### **STAND-UP COMEDY AS THE GENRE OF YOUTH CULTURE**

*Annotation.* The article is devoted to stand-up as a humorous genre of modern youth culture. The authors see the common roots of the innovative phenomenon of subculture in the traditional genres of classical humor. Chronologically, the predecessors of this innovation are considered from the beginning of the XX century. The article presents the General and distinctive features of two genres: conference and stand-up. As a positive example of a solo performance in the genre of stand-up we study a specific performance.

*Keywords:* entertainer, Comedy, pun, allusion, about the gain, double interpretation, irony, paronym, the element of surprise.

## **РИТОРИКА КАК СРЕДСТВО АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ (КУРСАНТОВ) В УСЛОВИЯХ ИНОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЫ**

*Аннотация:* Статья посвящена проблеме адаптации военнослужащих (курсантов) в условиях иноязычной среды при помощи риторики.

*Ключевые слова:* Риторика, адаптация, среда, мотивированность, процесс, обучение, курсанты.

С первых дней пребывания в России иностранные курсанты находятся в непривычной для них социокультурной, языковой и национальной среде, в которой им предстоит адаптироваться в кратчайшие сроки. Эффективная адаптация повышает качество и уровень обучения иностранных студентов, обеспечивает высокую мотивированность овладения знаниями, умениями и навыками.

Процесс адаптации иностранных курсантов осложняется следующими факторами:

- низкий общеобразовательный уровень в целом;
- слабая подготовка по профильным дисциплинам и специальным предметам;
- отличие форм и методов обучения в российском военном вузе от форм и методов обучения в их родной стране.

Значительные трудности, испытываемые иностранными курсантами, связаны с отсутствием навыков самостоятельной работы. Курсанты не умеют конспектировать лекции, работать с источниками информации, анализировать информацию большого объема, не хотят пользоваться библиотекой. Различные практические и лабораторные работы вызывают дополнительный стресс ввиду непривычности и неумения правильно употреблять необходимые материалы. Следствие – перегрузка учебными материалами и накопление непонятого и неосвоенного объема информации.

Исследователи выделяют следующие группы адаптационных проблем:

- проблемы педагогической адаптации;
- проблемы социокультурной адаптации;
- проблемы социально-психологической адаптации.

Педагогическая адаптация связана в первую очередь с усвоением иностранными курсантами норм и понятий профессиональной среды, содержанию и условиям организации учебного процесса, формированию навыков самостоятельной учебной и научной работы. Участие в научно-исследовательской деятельности, стремление к наибольшей реализации своих возможностей – важный момент, поскольку иностранные курсанты большую часть своего учебного времени должны посвящать самостоятельной работе.

Социально-психологическая адаптация понимается как вступление иностранного студента в систему межличностных отношений, как приспособление личности к группе, к взаимоотношениям в ней, как проявление собственного стиля поведения. Здесь очень важным является умение находить толерантный подход к своим коллегам, так как в военном вузе в одном коллективе могут обучаться представители разных этнических и религиозных групп.

В процессе изучения русского языка как иностранного на практических занятиях курсанты, как правило, имеют на руках тексты, адаптированные по специальности, и, когда преподаватель разбирает ту или иную грамматическую составляющую, курсанты могут сопоставлять услышанное с увиденным в учебнике. На лекциях по общенаучным дисциплинам у студентов есть возможность воспринимать лишь звучащую речь. Очень часто из-за быстрого темпа лектора они теряют способность понимать услышанное. Как следствие, во внеурочное время они вынуждены самостоятельно осваивать непонятый материал специальности по учебным пособиям, методическим разработкам, дидактическому материалу. Работа с пособиями представляет дополнительную трудность.

Как мы знаем, слово таит в себе огромное богатство для успешного эмоционального состояния. Занимаясь риторикой, иностранный военнослужащий познает красоту и силу слова неродного языка, развивается нравственно, овладевает навыками общения. Кроме того, риторика способна развернуть работу по развитию речи, голоса, темпа, громкости речи, тем самым помогая адаптироваться курсанту к обучению образовательном учреждении, а также к чужой стране.

Исходя из этого, можно сказать, что развитие культуры речевого общения у курсантов будет эффективно при использовании в развитие речи элементов риторики, поэтому для развития культуры речевого общения и адаптации в социокультурной среде используются игры и игровые упражнения с элементами риторики.

При использовании игр и игровых упражнений, включая элементы риторики, на занятиях по русскому языку как иностранном у курсантов формируются следующие коммуникативно-речевые умения:

1) оценивать собственное речевое поведение и речевое поведение другого (так говорить можно – так говорить нельзя; так верно выражена мысль – так

496 | мысль выражена неверно; так речь звучит хорошо – так речь звучит плохо и т.п.);

2) ориентироваться в разных ситуациях общения, учитывая, к кому обращается говорящий, с какой целью, какие формы речевого этикета будет использовать;

3) владеть своим голосом, понимать, когда нужно говорить громко – тихо, быстро – медленно, с какой интонацией и т.п.;

4) внимательно слушать собеседника, адекватно реагировать на речь говорящего;

5) соотносить вербальное и невербальное средство общения.

Занятия в группе могут строиться по различным алгоритмам:

1 вариант:

– изложение фрагмента темы с использованием вопросно-ответной беседы, беседы-сообщения;

– демонстрация самим преподавателем способов речевого выражения;

– отработка умений и навыков, закрепление теории и практики.

2 вариант:

– творческая развивающая игра по закреплению полученных навыков (индивидуальная работа);

– корректировка преподавателем недочетов, допущенных курантам, при демонстрации риторических умений (по алгоритму);

3 вариант:

– закрепление пройденного материала в форме риторических игр;

– отработка в различных игровых ситуациях практических риторических умений и навыков.

Не будем забывать о преподавателе, его живое слово, мастерское владение словом является примером для обучающихся.

Речь преподавателя должна обладать такими качествами как:

– правильность (соответствие речи языковым нормам),

– точность (соответствие смыслового содержания речи и информации, которая лежит в ее основе),

– логичность (смысловые связи компонентов речи и отношений между частями и компонентами мысли),

– чистота (отсутствие в речи элементов, чуждых литературному языку),

– выразительность,

– богатство,

– уместность (употребление в речи единиц, соответствующих ситуации и условиям общения).

Таким образом, использование риторики на занятиях по РКИ приобретает особую значимость, способствует адаптации курсантов, поскольку решение подавляющего большинства задач на занятиях осуществляется путем взаи-



модействия с другими людьми. Риторика необходима для того чтобы научить курсантов-иностранцев эффективно общаться в различных ситуациях, решать разнообразные коммуникативные задачи.

### **Литература**

1. Клюев Е. В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и вузов. М.: «Издательство ПРИОР», 1998.
2. Массалова А.Э., Ржаникова Ю.В. Использование информационно-компьютерных технологий в практике преподавания русского языка как иностранного в военно-инженерном вузе // Интеграция науки и практики для развития АПК: материалы научно-практической конференции. Тюмень 2017. С. 482–488.
3. Massalova A.E., Rzhanikova J.V., Dziuba E.V. FORMATION OF MOTIVATION FOR STUDYING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE IN CADETS OF A MILITARY ENGINEERING UNIVERSITY THROUGH AUDIOVISUAL VISIBILITY / A.E. Massalova, J.V.Rzhanikova, E.V. Dziuba // *Astra Salvensis*, VI (20218), Supplement no. 1, p. 683–689.
4. Массалова А.Э. Концепция обучения русскому языку иностранных военнослужащих инженерного профиля/ А.Э. Массалова // Педагогическое образование в России. 2018, № 8. С. 196–202.

*Yu. V. Rzhanikova*

### **RHETORIC AS A MEANS OF ADAPTATION OF FOREIGN MILITARY SERVANTS (CADETS) IN THE CONDITIONS OF FOREIGN LANGUAGE**

*Annotation.* The article is devoted to the problem of adaptation of military personnel (cadets) in a foreign language environment with the help of rhetoric.

*Keywords:* Rhetoric, adaptation, environment, motivation, process, training, cadets.

## **ОБУЧЕНИЕ ВЫСКАЗЫВАНИЮ В КУРСЕ РИТОРИКИ И КУЛЬТУРЫ РЕЧИ**

*Аннотация.* Автор статьи предлагает рассматривать высказывание как основную речевую единицу для обучения студентов искусству говорить красиво и правильно. Высказывание как учебная тема должна быть предметом обучения в курсе риторики с точки зрения построения грамотно сформированного текста, а затем в курсе культуры речи она может получить ракурс социокультурного контекста.

*Ключевые слова:* высказывание, курс риторики, культура речи, обучение.

Современное преподавание риторики и культуры речи сталкивается с главной проблемой, касающейся большинства учебных заведений – сокращением количества часов, выделяемых на изучение данных дисциплин. Постигание искусства разумно выражать свои мысли, при этом воздействуя на аудиторию словом, безусловно, требует времени. В жестких временных рамках для эффективного обучения требуется выбрать основной элемент, способный стать формирующим для всей учебной программы. Таким центром предлагается избрать обучение высказыванию.

Для XX века выделение высказывания в качестве лингвистического понятия связано с исследованиями речи. Функциональный подход к изучению синтаксических единиц дал возможность выйти за пределы предложения. Высказывания стали рассматриваться в аспекте речи, т.е. мыслиться единицами речевыми, которые конкретизируют свой смысл в тексте [Кожина 1993: 63]. «В системе категорий лингвистических текст есть функционально, содержательно и структурно завершенное речевое единство, скрепленное авторской модальностью» [Валгина 2003: 26–27]. Таким образом, высказывание представляет собой выражение законченной мысли, выступает единицей (речевым отрезком) речевого общения, т.е. ему свойственна целостность, а его границы обозначены завершенностью передачи смысла, намерения автора. «Смысловое целое» равнозначно, по Бахтину, словесному целому [Бахтин 1997: 240, 241].

Высказывания могут сохранять специфику средств на протяжении всего текстового целого, так как выбор речевого оформления диктуется характером информации, а также целевой заданностью. Организуясь на базе разных коммуникативных типов высказывания, разные виды текста вырабатывают

специфические речевые средства своего оформления [Валгина 2003]. Таким образом, текст как единица общения выступает в качестве речевого высказывания. Текст рассматривается как высказывание, как речевая ситуация особого рода [Ковылкин 2007].

Содержание высказывания в логике обозначают понятием суждения. Терминология, относящаяся к высказыванию, не установилась, и термины «высказывание», «предложение», «суждение» иногда употребляются как синонимы [Тарский 1960]. Под суждением подразумевают форму мышления, выражаемую посредством речи. Таким образом, обучение правильному построению высказывания формирует способность строить мыслительные формулы, следовательно, риторика выступает как основа преподавания коммуникативных навыков.

В высказывании языковая семантика сливается с прагматикой. По коммуникативному намерению высказывания подразделяются на разные категории: однообъектные и разнообъектные, а в зависимости от их коммуникативных качеств – информативные и верификативные [Валгина 2003 и др.]. Функцией информативных высказываний является сообщение новой содержательной информации. Такая категория высказываний соответствует описательному, повествовательному, аргументирующему, анализирующему типу, преимущественно в монологической речи. Монолог в зависимости от цели высказывания может быть преимущественно сообщающим или эмоционально-оценочным, с ярко выраженной модальностью.

Композиции словесного произведения искусства соответствует расположение, так как, по классическому риторическому канону, это создание высказывания на уровне композиции. Автор выделяет смысловые части высказывания, располагает их в определенной последовательности и разрабатывает каждую из них в соответствии с замыслом. В результате высказывание приобретает завершенность как произведение слова. Тем не менее, риторическое высказывание, в понимании Ю.М. Лотмана, имеет двойственную природу: «... текст предполагает двойное прочтение, например бытовое и символическое» [Лотман 2000:197].

Функцию эмоционального воздействия и оформления реакции на мнение собеседника (реального или воображаемого) выполняют верификативные высказывания. Они служат целям утверждения или опровержения, контраргументации (высказывания полемические, убеждающие, воздействующие). Риторическая организация текста, составными компонентами которой являются конструктивные стилистические приемы, участвующие в реализации прагматической установки отдельных когнитивных блоков и служат отправным моментом для дальнейшего порождения текста [Варенина:1998: 2]. Если осуществить подход к тексту как высказыванию, выдвинутый М.М. Бахтиным в статье «Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитар-

500 | ных науках. труде «Опыт философского анализа» (1956 – 60 гг.), где ученый выделял две составляющих текста как высказывания: «замысел (интенция) и осуществление этого замысла», которые определяют характер текста [Бахтин 1997: 228], то обучение построению высказывания ведет к умению создавать тексты любого речевого объема и назначения.

Текст организуется как построение устойчивое, нацеленное на более или менее длительное существование. Строение текста определяется задачей выразить концептуально-тематическое содержание. По мысли В.В. Виноградова [Виноградов 1971], учение о тексте – это учение о типах словесного оформления замкнутых в себе произведений как особого рода целостных структур. Таким образом, высказывания, являясь минимальными единицами речи, в зависимости от их семантико-структурных характеристик, образуют разные типы и виды речевой организации – типы речи, типы текста и т.д. Механизмы передачи информации и эмоционального воздействия в высказываниях разных категорий, каждая из которых имеет свои формы построения, организации, выработанные общественной практикой, меняются от целеустановки, проявляющейся при речевой деятельности, и создают различные виды текстов. Поэтому обучение высказыванию в курсе риторики позволяет передать теорию и мастерство эффективной речевой коммуникации на основе обучения высказыванию.

С точки зрения учебной дисциплины культура речи представляет собой две составляющие: нормы речи и речевые навыки и умения говорить но, точно, выразительно, чисто, оригинально. По культуре речи определяют уровень образованности человека. В курсе культуры речи высказывание приобретает этическую и оценочную составляющую, которая делает его полным и значимым коммуникативно совершенным текстом.

### **Литература**

1. Бахтин М.М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа. В кн.: Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / Под ред. В.П. Нерознака. М.: Academia, 1997. – С. 227 – 244.
2. Валгина Н.С. Теория текста: Учебное пособие. М.: Логос, 2003. – 280 с.
3. Варенина Л.П. Логико-семантическая и риторическая организация текста: автореферат диссертации на соискание ученой степени к.филол.н.: специальность 10.02.04 – германские языки. Моск. гос. лингвист. ун-т. М.: Б.и., 1998. – 22, [1] с.
4. Виноградов В.В. О теории художественной речи. М.: Изд. «Высшая школа», 1971. – 293 с.
5. Ковылкин А.Н. : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.08 Москва, 2007. – 125 с.

6. Кожина М.Н. Стилистика русского языка.– М.: Просвещение, 1993. – 224 с.
7. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб, Искусство, 2000. – 326 с.
8. Тарский А. Введение в логику и методологию дедуктивных наук. М.: Изд-во иностранной литературы, 1948. – 327 с.

*Rusanova N.V.*

**TEACHING SPEECH IN THE COURSE OF RHETORIC  
AND CULTURE OF SPEECH**

*Annotation.* The author proposes to consider the statement as the main speech unit for teaching students the art of speaking eloquently and correctly. The statement as an educational topic should be the subject of training in the course of rhetoric from the point of view of building a well-formed text, and then in the course of the culture of speech it can get a perspective of the socio-cultural context.

*Keywords:* statement, course of the culture of speech, course of rhetoric, teaching.

## А.Ф. ЛОСЕВ О ЗНАЧЕНИЯХ ПОНЯТИЙ «ЭТОС», «ЛОГОС» И «ПАФОС» В ТРУДАХ ДРЕВНЕГРЕЧЕСКИХ РИТОРОВ (К 125-летию СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ УЧЕНОГО)

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению значений понятий «этнос», «логос» и «пафос», которые А. Ф. Лосев раскрыл и охарактеризовал на основании тщательного анализа контекста их употребления в риторических работах древних греков. Отмечается, что трактовки понятий «этнос», «логос» и «пафос» А. Ф. Лосевым не во всем совпадают с толкованиями этих терминов в публикациях современных специалистов. Учет комментариев А. Ф. Лосева позволяет глубже осмыслить основную триаду риторики и эффективнее применять ее в речевой практике.

*Ключевые слова:* риторика, риторическая триада, этнос, логос, пафос.

В 2018 году мы отметили 125-летие со дня рождения выдающегося ученого Алексея Федоровича Лосева. И это еще один повод, чтобы вчитаться в его труды и вдуматься в их смысл, поразмышлять над тем, что мы благодаря нашему гениальному соотечественнику можем понять или переосмыслить, и, в частности, чем можем обогатить свои, в том числе и уже сложившиеся, представления о риторике и ее базовых терминах.

Необходимо учитывать, что А.Ф. Лосев не только смог прочесть в подлиннике дошедшие до нас сквозь тысячелетия труды древних и перевести на русский язык многие «темные места», но сумел, кроме того, осмыслить не какие-либо отдельные идеи или положения каждого из прочитанных им далеких предшественников – ему удалось воссоздать в своих работах представления древних о мире как единую концепцию, обобщить и систематизировать базовые для античности идеи в их развитии и взаимодополнении.

Потрясает скрупулезность, с которой ученый указывает все значимые упоминания того или иного понятия в различных трактатах и часто вычленяет оттенки значения именно из контекста как данного произведения, так и других работ комментируемого автора или тех, с кем он ведет свой диалог. И эта тщательность обеспечивает максимальную объективность и неоспоримость каждого положения трудов А. Ф. Лосева, поскольку он всегда следует принципу, который отражен в словах: «Кто хоть немного вчитывался

в Аристотеля, а не вчитывал себя самого в Аристотеля, тот должен сказать, что для Аристотеля это совершенно недопустимо» [3].

О риторике А. Ф. Лосев размышлял в связи с другими аспектами античной эстетики, рассматривая ее в контексте общефилософских воззрений древних как один из основных путей реализации этих идей. Наш современник отмечает необходимость оговорок относительно того, что Аристотель и его последователи понимают под риторикой: «Это искусство сам Аристотель и все его излагатели называют риторикой, то есть ораторским искусством, или искусством красноречия. Все подобные переводы греческого термина *rhetorice* требуют большого количества оговорок» [Там же]. И такими «оговорками», уточнениями, спорами с теми или иными исследователями насыщены все труды А. Ф. Лосева.

А. Ф. Лосев вписывает риторику в общую систему мировоззрения классиков, анализирует ее место и роль, специфику относительно других наук и сфер деятельности и, в контексте философских представлений и устоявшейся терминологии, – понятийный аппарат риторики.

В связи с этим заслуживают отдельного рассмотрения понятия «этос», «логос» и «пафос», которые служат базовым воплощением древнегреческой философии в риторике. Скрупулезное и тщательное изучение значений этих понятий в трудах А.Ф. Лосева показывает, что в работах исследователей в области риторики общепринятые в наше время дефиниции данных терминов несколько расходятся с теми смыслами, которые понятия «этос», «логос» и «пафос» имели в Древней Греции.

Рассмотрим каждое из этих понятий подробнее.

Современные определения термина «этос», «логос» и «пафос» чаще всего восходят к работам Ю. В. Рождественского, поэтому мы прежде всего будем опираться на его труд «Теория риторики» и на одну из наиболее цитируемых работ А.А. Волкова «Курс русской риторики». В нем Ю.В. Рождественский дает такое определение этоса: «Этосом принято называть те условия, которые получатель речи предлагает ее создателю. Эти условия касаются времени, места, сроков ведения речи, и этим определяется часть содержания речи, по крайней мере, ее тема, которую получатель речи может считать уместной или неуместной» [5]. Иное понимание значения термина «этос» представлено в работах А. А. Волкова: «Этосом называют условия ведения речи, которые общество ставит риторю» [2; 79]. Ограниченность объема данной статьи не позволяет привести определения этоса другими уважаемыми исследователями, но в той или иной степени они соотносятся с процитированными.

Если же мы обратимся к работам А. Ф. Лосева, то увидим несколько иные смыслы. Он пишет, что, на первый взгляд, у Аристотеля «этос» понимается как некий эквивалент современного понимания морали. В «Риторике» он пишет, что «можно убеждать не только посредством речи, наполненной доказательствами,

504 | но еще и этическим способом – ведь мы верим оратору, потому что он кажется нам человеком известного склада, то есть, если он кажется нам человеком честным или благомыслящим, или тем и другим вместе...» [1]. Значит, этос служит достижению блага через реализацию намерения: «Это достигается теми же самыми средствами, потому что нравственные качества обнаруживаются в связи с намерениями, а намерение имеет отношение к цели» [Там же]. С учетом поправок на понимание термина «этос» на основе работ А.Ф. Лосева, получается, что «известный склад» человека выступает прежде всего в виде средства убеждения, но не подменяет его, а в большей степени служит средством создания образа ратора, позволяет вызвать доверие к нему со стороны слушателей, поскольку наделяет выступающего «добродетелями». Однако наше сегодняшнее понимание «добродетели» как нравственного качества человека не было характерно для философии времен античности. По А.Ф. Лосеву, Аристотель понимает добродетель как «возможность приобретать и сохранять блага и как возможность наделять этим благом и всех других» [3], а следовательно, «не только сами эти добродетели могут считаться прекрасными, но также и все их результаты, все их действия и все их последствия, которые ими вызываются» [3].

Таким образом, в понятие «этос» в античности входили как обязательные компоненты стремления ратора к бескорыстному, «чистому» благу не только похвальные личные качества ратора, составляющие основу его образа и обеспечивающие доверие и уважение к нему, но также и достоинства самой речи и, что не менее важно, последствия ее воздействия на публику. Но самым значимым было намерение выступающего достичь этого блага и наделить им своих слушателей.

Следовательно, значение понятия «этос» в античной классической философии в большей степени отражает стремление к высшему благу, которое сочетает в себе чистый разум и высокие намерения, связанные с соответствующим психологическим состоянием, с процессом и результатом речи, то есть данное понятие древними греками трактовалось значительно шире, чем в настоящее время.

Понятие «логос», которое в современных исследованиях многие отождествляют с понятием «слово», также раскрыто у А. Ф. Лосева в целом иначе.

В «Теории риторики» Ю. В. Рождественского мы читаем: «Логосом принято называть словесные средства, использованные создателем речи в данной речи при реализации замысла речи» [5; 96]. У А. А. Волкова: «Логосом называют словесные средства, которые используются ритором в аргументации выдвинутых предложений. Логос предстает как аргументация – система целесообразных средств выражения замысла речи и его обоснования в форме, приемлемой и убедительной для аудитории» [2; 76]. Тем самым в процитированных и других работах акцентируется неразрывная связь выражаемых ритором мыслей и их словесное воплощение.



А. Ф. Лосев акцентирует внимание на том, что «*logicos* ... значит не "логично" ... и не "разумно"», а именно "осмысленно", "с точки зрения смысла"». В то же время он пишет: «Противопоставляются друг другу *logos* и *опота*, причем так, что *опота* одним знаком выражает какое-либо понятие или несколько понятий, *logos* же определяет и объясняет, что мыслится под некоторым кругом слов». [3]. Тем самым понятие «логос» А. Ф. Лосев переводит «условно и описательно» в целом так, как этот термин трактуется в современных исследованиях по риторике, определяя его как «мысль, адекватно выраженная в слове и потому неотделимая от него» или: «слово, адекватно выражающее какую-нибудь мысль и потому от нее неотделимое» [4]. То есть в данном контексте мы видим, что «логос» в большей степени предполагает связующую и направляющую роль в тексте для наиболее точного выражения мысли в слове.

Следовательно, понятие «логос» передает цельность и единство мышления и языка, что крайне важно для понимания ключевых позиций древних применительно к сути риторики и ее предмета.

В еще большей степени расходятся трактовки современных авторов и А. Ф. Лосева относительно понятия «пафос». Ю. В. Рождественский: «Пафосом принято называть намерение, замысел создателя речи, имеющей целью развить перед получателем определенную и интересующую его тему» [5: 96]. А. А. Волков, присоединяясь к этому определению, добавляет: «содержание пафоса – мысль-воление, направленная на принятие решения и действие» [2: 75]. Еще более распространенной является точка зрения, относительно которой А. Ф. Лосев предостерегает, что для периода античности «пафос» нельзя понимать так, как он «в новой и новейшей литературе обозначает максимально активное и страстное возбуждение субъекта» [3]. «Греческое "патос" ни в коем случае нельзя понимать как русское "пафос". "Патос" есть пассивное состояние души.... Я бы перевел "патос" как "претерпевание"» [Там же].

В то же время А. Ф. Лосев выделяет и «риторическое употребление термина «патос». Аристотель, например, дает советы ораторам, как возбуждать патос у слушателей. «Патос» здесь означает «внимание», «интерес», «чувство», «эмоцию» [Там же].

Таким образом, «пафос» относится не столько к говорящему, который испытывает эмоциональное возбуждение и стремится передать его слушателям, сколько к способности говорящего своей речью возбудить внимание и эмоции у слушателей. Такое понимание термина еще в большей степени подчеркивает реализацию в нем ключевых идей древнегреческих философов. Подчеркнем, что это демонстрирует диалогический характер всей риторической теории и практики и с точки зрения современной терминологии находится гораздо ближе к реализации речевого воздействия.

Таким образом, понятия «этнос», «логос» и «пафос», которые в современных риторических исследованиях выступают в качестве квинтэссенции античной

506 философии и риторики, не вполне точно передают смысл этих терминов времен Древней Греции и нуждаются в уточнении на основании исследований А. Ф. Лосева.

Мы видим, что современные трактовки базовых понятий риторики во многом представляют собой отражение того, как нам удобнее, проще объяснить их ученикам и студентам, но не тех значений, которые вкладывали в эти слова древние. Когда же мы занимаемся риторикой как наукой, нам необходимо точнее и глубже понимать ее основную понятийную модель. Это необходимо и для разработки современной системы анализа риторических произведений.

Возможность ознакомиться с изначальными трактовками основных риторических понятий помогает нам расширить и углубить наши представления и побуждает вчитываться в труды самого А. Ф. Лосева, быть ему благодарными за тот уровень понимания, на который он помогает нам подняться.

### Литература

1. Аристотель. Риторика. Поэтика / Пер. с древнегреч. О. П. Цыбенко, В. Г. Аппельрота; ред. И. В. Пешков, Г. Н. Шелогоурова. М.: Лабиринт, 2000. [Электронный ресурс] URL: [http://platona.net/load/knigi\\_po\\_filosofii/istorija\\_antichnaja/aristotel\\_ritorika\\_poehtika\\_2000/7-1-0-1641](http://platona.net/load/knigi_po_filosofii/istorija_antichnaja/aristotel_ritorika_poehtika_2000/7-1-0-1641).
2. Волков А. А. Курс русской риторики: учебное пособие / А. А. Волков. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. 544 с.
3. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Аристотель и поздняя классика. Том 4. М.: «Искусство», 1975. [Электронный ресурс] URL: <http://psylib.org.ua/books/lose004/>.
4. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Итоги тысячелетнего развития. Том 8. М.: Фолио; АСТ, 2000. [Электронный ресурс] URL: [http://platona.net/load/knigi\\_po\\_filosofii/istorija\\_antichnaja/losev\\_a\\_f\\_istorija\\_antichnoj\\_ehstetiki\\_t\\_8\\_itoqi\\_tysjacheletnego\\_razvitija\\_2000/7-1-0-1771](http://platona.net/load/knigi_po_filosofii/istorija_antichnaja/losev_a_f_istorija_antichnoj_ehstetiki_t_8_itoqi_tysjacheletnego_razvitija_2000/7-1-0-1771).
5. Рождественский Ю. В. Теория риторики. М.: «Добросвет», 1997. 600 с.

*M.R. Savova*

### A. F. LOSEV ON THE VALUES OF THE CONCEPTS OF "ETHOS", "LOGOS" AND "PATHOS" IN THE WRITINGS OF THE ANCIENT GREEK RHETORICIANS (TO THE 125TH ANNIVERSARY OF THE BIRTH OF THE SCIENTIST)

*Annotation.* The article is devoted to the consideration of the meanings of the concepts of "ethos", "logos" and "pathos", which the author reveals and characterizes on the basis of careful analysis of the context of their use in the works of ancient Greeks. It is noted that the interpretation of the concepts of "ethos", "logos" and "pathos" by A. F. Losev do not coincide in all the interpretations of these terms in the publications of modern specialists. Taking into account the comments of the author allows deeper understanding of the basic triad of rhetoric and more effective use of it in the practice of speech.

*Keywords:* rhetoric, the main triad of rhetoric, ethos, logos, pathos.

## ПРИЕМЫ СУГГЕСТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ, ОБЩИЕ ДЛЯ НАРРАТИВНЫХ ЖАНРОВ

*Аннотация.* Статья является попыткой описать приемы суггестивного воздействия, общие для нарративных жанров речи. Проблема решается посредством сопоставления приемов пропагандистского внушения и методологии художественной литературы.

*Ключевые слова:* нарратив, внушение, пропаганда, художественная литература, метафора.

### Введение

**Н**арратив – преимущественная форма речи. Повествование может встречаться практически во всех родах и видах речи: от внутренней речи до массовой коммуникации, от исторического и естественнонаучного повествования до художественной литературы.

В современном мире повествование стало одной из основных технологий пропаганды, которая получила название сторителлинга. Общеизвестным является факт использования художественной литературы как средства пропаганды, в частности в СССР. Последнее в силу исторических причин было и остается актуальным в отечественной науке. Отношение к художественной литературе в советский период выражено в словах М. Горького «Литература – образное выражение идеологий – чувств, мнений, намерений и надежд – общественных классов и групп... является наиболее распространенным и успешным приемом пропаганды тех или иных идей» [3: 1]. Главную задачу художественной литературы в то время видели в распространении марксизма-ленинизма, причем не только на территории СССР, но и во всем мире, частной задачей было воспитание трудящихся масс в духе этой идеологии. Количество научных работ, посвященных в то время вопросам воспитания посредством художественной литературы, а также вопросам литературной и культурной политики КПСС и партий отдельных республик очень велико.

После распада Советского Союза эта проблема не перестала быть актуальной, напротив, возникли новые аспекты ее рассмотрения. В фокусе внимания ученых, исследующих литературу советской эпохи, находятся такие вопросы, как: власть и художник, литературная и культурная политика,

508 | социалистический реализм – метод тоталитарной эпохи, литература – инструмент воспитания патриотизма и антифашистской пропаганды, соотношение понятий советская литература и соцреализм, а также истоки, предпосылки и динамика соцреализма. Кроме того, изучаются вопросы, не связанные с литературой социалистического реализма: стратегия современной культурной политики, художественная литература как средство воспитания уже в наше время, использование художественной литературы для пропаганды идеологии в дореволюционной России, применение художественной литературы как канала коммуникации в рекламе, как средства пропаганды в зарубежной литературе. В отношении перечисленных исследований следует отметить, что они имеют междисциплинарный характер, этой темой занимаются представители филологических, исторических, юридических, социальных и политических наук, что и обеспечивает ее многоаспектное рассмотрение. К сожалению, объем настоящей статьи не позволяет представить очень интересную библиографию по данному вопросу, которая говорит сама за себя.

Однако, несмотря на большое число работ и охват широкого круга проблем по данной теме, вопрос о том, все ли нарративные жанры обладают одним и тем же суггесивным потенциалом, а также вопросы, почему художественная литература может использоваться как средство пропаганды и каковы те методологические принципы и технические/риторические приемы, которые роднят эти два вида дискурса, до сих пор остаются без ответа. Настоящая работа ставит своей целью выявить приемы, общие для пропаганды и художественной литературы. В статье представлены результаты сопоставительного анализа методов и приемов пропаганды и художественной литературы.

### **Результаты исследования**

М. В. Киселев [4] выделяет два основных метода пропаганды: убеждение и внушение. Если убеждение апеллирует к критическому мышлению, то внушение основывается «на некритическом (и часто неосознаваемом) восприятии информации».

Использование художественной литературы в качестве пропаганды относится к непрямым способам пропагандистского воздействия. Художественная литература при взгляде на нее как одно из средств пропаганды может рассматриваться, с одной стороны, как канал коммуникации, и, с другой стороны, как метод – разновидность внушения. Именно как внушение, суггестию, определяет природу поэзии великий русский ученый Александр Николаевич Веселовский. Он описывает эволюцию человеческой рече-мысли следующим образом: первый этап – поэзия языка, представляющая собой первичную метафорическую номинацию, при которой означаемое равно означаемому, затем идет миф, являющийся совокупностью первичных метафорических имен и представляющий мир в целом, на третьем этапе возникает проза, проводящая различие между означаемым и действительностью и заменя-

ющая образ понятием, метафору – сравнением, миф – сюжетом (одним из возможных описаний действительности), и последний этап – новая поэзия, возникающая из потребности персонифицировать, этически и эмоционально переработать новое абстрактное знание; на этом этапе также возникает дидактическая проза, которая позже будет названа Г.Г. Шпетом прозо-поэзией [Приводится по 2:116–118], а В.В. Виноградовым – художественной прозой [2]. Цель поэзии языка – познание мира, поэзии мифа – создание картины мира, собственно поэзии – эмоционально-оценочное осмысление новых знаний и условий жизни, дидактической (художественной) прозы – образная репрезентация своего видения мира, пропаганда идей посредством образов. Художественная проза или прозо-поэзия... используется для коммуникации идей средствами поэзии. Последнее становится возможным, поскольку художественный образ по своей природе является суггестивным и именно по этой причине может превращаться в миф. «Связь мифа, языка и поэзии не столько в единстве предания, сколько в единстве психологического приема, в *arte renovata forma dicendi* <искусстве обновленной формы высказывания>» [1].

В общем виде «единство психологического приема» состоит в метафоризации дискурса. В метафоре один предмет непосредственно используется вместо другого, что не оставляет места рассуждению.

Каковы те частные приемы метафоризации, которые делают возможной подмену художественного дискурса пропагандистским?

В качестве источника информации о приемах пропаганды мы использовали книгу Виктора Сороченко «Энциклопедия методов пропаганды» [6], поскольку в ней содержится наиболее полное их перечисление.

В таблице ниже представлены результаты сопоставления приемов пропаганды и художественной литературы.

**Таблица 1**

Пропаганда	Художественная литература
Сторителлинг. Последовательность НИП: негативная ситуация, ее исправление и позитивные последствия. Подтасовка фактов.	Сюжет: завязка, перипетии, развязка.
Нарратив имеет два уровня содержания: 1) история (о чем), 2) переносный смысл истории, выражающий замысел отправителя информации (для чего). Именно этот факт делает сюжет метафорой (в широком понимании).	
Переписывание истории	Исторический роман, художественная (беллетризованная) биография
Коллаж	Прием, характерный для литературы модернизма и постмодернизма.
Модельная личность (икона стиля)	Положительный герой
Образ врага	Отрицательный герой

Информационная блокада/доминирование: контроль выбора единиц языкового и нарративного планов, единство интерпретации.	Именно эти компоненты образуют стиль художественного произведения и его образ автора.
Эффект присутствия, репортаж с места событий, представление события глазами очевидца	Повествование от первого лица, внутренняя речь, поток сознания и т. п.
Перспектива	В литературоведении различают точки зрения в планах идеологии, фразеологии, пространственно-временной характеристики, психологии, а также рассматривается сложная точка зрения как взаимоотношение точек зрения на разных уровнях [7].
Обход с фланга или техника фактографического правдоподобия, когда идеи подаются между строк в рассказе, состоящем из фактов и событий.	Примером использования этого приема в литературе может служить поэтика акмеизма или стиль Эрнеста Хемингуэя.
Контраст, оттеняющий свойства. Например, создание образа своей партии, как сплоченной команды единомышленников на фоне скандалов в стане противника.	В художественном творчестве оппозиция – типологическая черта. Прием контраста в литературно-художественном произведении встречается на всех его уровнях: языковом, сюжетно-композиционном, идейном. Самые яркие контрасты мы находим, конечно, в сказке.
Эмоциональный резонанс. Пропаганда использует все возможные средства языка и стиля для усиления эмоционального воздействия, например, излюбленным приемом является градация.	Отличительной чертой художественной литературы как искусства слова является воздействие на чувства человека.
Комментирование, представляющее собой создание такого контекста, в котором мысли человека идут в нужном направлении и вывод сам собою напрашивается. Большую роль здесь играют интонация речи, сравнения.	Интонация речи и сравнения – приемы, обычные в художественном тексте.
Смещение акцентов. Техника смещения означает перенос эмоционально-оценочного акцента с одного представления на другое, при этом важное становится неважным и наоборот.	Переход от одной литературной эпохи к другой всегда связан со смещением акцентов. Этот прием является имманентным свойством художественного творчества.
Создание ассоциаций, аналогий и метафоризация.	
Констатация факта, создающая соответствующее настроение. Например, в пропаганде: «В оппозиционном лагере – разброд и шатания!»	Литературный пример: «Все смешалось в доме Облонских».
Повторение.	В художественной литературе виды повторов многочисленны: они обнаруживаются на всех языковых и текстовых уровнях: от фонетического/графического до композиционного.

Использование медиаторов и обратная связь: лидеры общественного мнения и отдельные члены микросоциальных групп, дискуссии, звонки в студию во время прямого эфира, выбор по телефону варианта ответа на поставленный вопрос и др.	В качестве медиатора в литературно-художественной коммуникации выступают критика и школа.
---	---

### Заключение

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Общность методов суггестивного воздействия нарративных жанров кроется в существовании гибридного типа речи – художественной прозы, которая использует образные средства искусства для решения практических проблем.

2. Анализ нарративных нехудожественных текстов может проводиться с использованием богатых методик, разработанных в литературоведении.

3. Поскольку, во-первых, необходимым условием существования общества знания как положительного вектора развития информационной эпохи является воспитание личности, обладающей критическим мышлением и способной противостоять пропаганде [4], и, во-вторых, литературно-художественный текст технически имеет общую природу с пропагандистским текстом, то, представляется, что применение в преподавании художественной литературы метода риторической критики, позволяющей восстановить в обратном порядке процесс порождения речи, то есть пройти путь от слова к мысли, может через воспитание критического мышления способствовать построению общества знания.

### Литература

1. Веселовский. А. Н. Психологический параллелизм и его формы в отражениях поэтического стиля. URL: [http://az.lib.ru/w/weselowskij\\_a\\_n/text\\_0060.shtml](http://az.lib.ru/w/weselowskij_a_n/text_0060.shtml) (дата обращения 25.11.2018).

2. Виноградов В.В. О художественной прозе / Виноградов В.В. О языке художественной прозы. М: Наука, 1980. С. 56–175.

3. Горький М. История русской литературы. М.: Художественная литература, 1939. 360 с.

4. Киселев М. В. Психологические аспекты пропаганды. URL: <http://psyfactor.org/proraganda7.htm> (дата обращения 21.11.2018).

5. Салиева Л. К. Риторическая компетентность как базовая цель образования в эпоху информационной диктатуры // Alma mater. Вестник высшей школы. 2017. № 8. С. 93–96. DOI: <https://doi.org/10.20339/AM.08-17.093>.

6. Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды. 2002. URL: [http://polbu.ru/sorochenko\\_propagationi/](http://polbu.ru/sorochenko_propagationi/) (дата обращения 25.01.2018).

7. Успенский Б.А. Поэтика композиции. СПб.: Азбука, 2000. 348 с.

*L.K. Salieva*

### SUGGESTIVE TECHNIQUES GENERAL FOR NARRATIVE GENRES

*Annotation.* The article is an attempt to describe the methods of suggestive influence common to narrative genres of speech. The problem is solved by comparing the methods of propaganda suggestion and methodology of fiction.

*Keywords:* narrative, suggestion, propaganda, fiction, metaphor.

## ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПОДГОТОВЛЕННОЙ РЕЧИ

*Аннотация.* Статья посвящена основным проблемам обучения студентов гуманитарных специальностей публичному выступлению. Автор анализирует трудности, которые испытывают студенты на этапе подготовки речи, и предлагает некоторые пути их решения.

*Ключевые слова:* публичное выступление, устная и письменная речь, принципы подготовки речей, популяризация, импровизационные умения.

В учебниках и учебных пособиях по риторике неизменно подчеркивается: «Всякая риторическая речь должна быть подготовлена» [1: 41]. О том, как подготовиться к выступлению, написано много и в доступной форме: соответствующие разделы и параграфы есть в школьных учебниках, учебных пособиях для вузов, многочисленных книгах по ораторскому искусству. В общем и целом они сводятся к следующим советам:

1. Текст будущего выступления должен быть написан.
2. Оратору необходимо стремиться выступать «без бумажки», следовательно, речь надо запомнить.
3. Речь нужно неоднократно репетировать, причем обязательно целиком, а не фрагментами.
4. В особо торжественных случаях текст может быть прочитан, но выразительно и осмысленно.
5. Начинаящий оратор может подготовить конспект-шпаргалку и пользоваться ею, но это должны быть небольшие отдельные листочки (карточки).

При всей простоте и очевидности приведенных рекомендаций соблюдать их не так просто. Причем это касается не только первых выступлений, но и всех последующих.

Проанализируем впечатления от произнесенных речей студентов второго курса Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования МПГУ. Отметим, что студенты в течение первого курса обучения в рамках дисциплины «Речевые практики» неоднократно выступали с подготовленными речами в учебных группах и записывали их на камеру, после чего проводился как письменный самоанализ, так и устный взаимонализ речевого поведения. На втором курсе подобная работа продолжилась в рамках дисциплины «Риторика и культура речи». Перед нами фрагменты самоанализа информирующих речей (стилистика авторов сохранена).



*Волнение перед выступлением побороть пока что не удалось, из-за этого забывала текст, хотя дома он был выучен. Возможно, проблема в том, что я не репетировала само выступление, а делала акцент именно на заучивании. Из-за того, что забывала текст, приходилось растягивать то, что помнила. (Анастасия В.)*

*Речь была прерывистой, местами были слишком большие пробелы, присутствовали речевые ошибки и неправильное логическое ударение. (Екатерина Б.)*

*Как новичок в ораторском ремесле, панически боюсь пауз, неизбежно возникающих во время публичного выступления. Я спешила заполнить их разной словесной чепухой и словами-паразитами. Когда нечего сказать, стоило помолчать, пока не придут нужные слова. (Олеся Ф.)*

*Из-за непонятного волнения, я забыла ту часть текста, которой больше всего хотела поделиться с аудиторией. (Юля Р.)*

*Явно лишними были зеленые бумажки-подсказки в моих руках, которыми я так и не воспользовалась. Часто повторялись паузы, заполняющиеся протяжными гласными звуками. (Диана С.)*

*В начале моего выступления было создано впечатление «зазубренных» предложений, будто я вспоминала выученный текст. На самом деле я не учила текст наизусть, а просто не могла собраться с мыслями и медленно подбирала нужные слова. (Наталья Ш.)*

*Я никак не могу перестать заучивать текст наизусть. Вместо того чтобы просто проработать тему и составить план выступления, я полностью написала текст и вызубрила его. Мне нужно быть увереннее, почаще рисковать в публичных выступлениях. (Екатерина Ю.)*

*Исходя из анализа моей первой речи, можно говорить, что мне все так же проще прибегать к импровизации по ходу своего выступления, имея в мыслях только условный план выступления, выраженный максимально кратко. (Всеволод Л.)*

*Я слишком быстро говорил, потому что заучил речь заранее и пытался ее не забыть, но в то же самое время звучала она вятно и понятно для окружающих. (Никита С.)*

Подчеркнем, все студенты имеют опыт публичных выступлений (некоторые даже участвовали в университетском конкурсе ораторов), никто текст не читает «по бумажке» (это заранее оговаривается), все готовят свою речь заранее: подбирают материал, структурируют его и записывают, после чего учат и репетируют. Тем не менее очевидны типичные ошибки:

- ощущение «заученности» текста, его книжности и неестественности;
- стилистическая неоднородность речи (слова высокого стиля соседствуют с разговорными и словами-паразитами);
- длинные паузы, связанные с попытками вспомнить написанное;
- быстрый темп речи, направленный на удержание в памяти выученного;

- отсутствие визуального контакта с аудиторией из-за страха сбиться;
- пропуск микротем, значимых фрагментов текста;
- неумение пользоваться подсказками (карточками).

Наибольшие трудности испытывают старательные, требовательные к себе студенты. Они отмечают такой парадокс: чем больше готовишься, тем хуже результат. Как следствие, возрастает неуверенность в собственных силах, падает мотивация к обучению, возникает стойкое убеждение в отсутствии способностей хорошо говорить.

Нельзя не согласиться с В.И. Аннушкиным, что «у каждого человека есть свой речевой талант, который необходимо развить» [1: 43]. Согласны мы и с тем, что люди делятся на «устных» и «письменных». В первом случае ораторы полагаются на свои импровизационные умения, во втором – на память, но и блестящее развитие того или другого не гарантия успеха.

Попробуем посмотреть на проблему подготовки к выступлению комплексно. На наш взгляд, можно выделить две группы причин неудач: недостаточный уровень развития механизмов речи и низкий уровень владения коммуникативно-речевыми умениями.

Среди механизмов речи важнейшими для говорения являются механизм эквивалентных замен и механизмы памяти. Их развитие – непростой и трудоемкий процесс, который должен начинаться, конечно, не в вузе, но привлечь внимание студентов на данные проблемы необходимо. Дефицит памяти и внимания можно компенсировать специальными упражнениями, а для развития механизма эквивалентных замен следует постоянно и целенаправленно пополнять словарный запас, а также учиться переводу текстов на свои слова.

С этой целью на занятиях в учебных группах в качестве разминок или небольших тренингов можно выполнять следующие задания:

- 1) пересказ небольшого стихотворения своими словами;
- 2) описание картинок абстрактного содержания;
- 3) пересказ прослушанного фрагмента текста (аудиозаписи);
- 4) «перевод» графической информации (диаграмм, схем, таблиц) в вербальную форму;
- 5) «сворачивание» прочитанной информации в одно предложение и многое другое.

В отличие от развития механизмов речи, нарушение работы которых может быть вызвано и физиологическими, и психологическими причинами, формирование тех или иных умений – задача преимущественно методическая. Среди коммуникативно-речевых умений особо выделим импровизационные и адаптивные (умения популяризации), именно они способны предупредить многие проблемы и компенсировать ошибки, допускаемые во время подготовленного публичного выступления.

Импровизация – «одно из важнейших риторических упражнений» [3: 302]. Именно импровизация помогает привыкнуть выступать, высказывать свое мнение, учит не бояться аудитории, компенсирует дефицит памяти.

Для развития навыка импровизации можно использовать такие виды заданий:

1) подбор ассоциативных цепочек к какому-либо понятию (можно проводить в парах или по кругу);

2) смена темы по последнему слову (студент начинает говорить на любую тему, через 5 – 10 секунд преподаватель хлопает в ладоши, и студент переходит к новой теме, начиная с того слова, на котором остановился);

3) описание по памяти известных картин, чтобы присутствующие догадались, о каком полотне идет речь;

4) «снежный ком»: составление текстов разных жанров на любую тему по кругу (при этом можно не повторять ранее сказанное, чтобы не замедлять и не усложнять работу);

5) составление текста по 3 – 4 – 5 словам (их могут назвать сразу одноклассники, либо студент читает их на заранее подготовленных карточках).

Популяризация – это представление сложной информации в простой, доступной, ясной как для аудитории, так и для самого оратора форме. Для развития умения адаптировать письменный текст для устного выступления (орализации) хорошо использовать задания на основе заранее подобранных текстов научного или научно-популярного стиля:

1) объяснить значение всех терминов, подобрать к ним синонимы;

2) подобрать аналогии к описываемым процессам из другой научной области или повседневной жизни;

3) упростить все числительные, используя пропорции или сравнения;

4) представить вербальную информацию в виде графической (таблицы, схемы, диаграммы, рисунка);

5) подобрать цитату, выражающую основную идею текста;

6) изложить содержание текста в форме диалога (в парах);

7) подготовить пересказ текста для детской познавательной радиопрограммы;

8) составить на основе данного текст для детской энциклопедии.

Эти и многие другие задания помогают создавать свои тексты в едином стиле, на доступном для себя языке и делают их понятными любой аудитории.

Безусловно, даже регулярное выполнение перечисленных упражнений не избавит от неудач, которые настигают даже очень опытных ораторов, но, несомненно, поможет в овладении искусством публичной речи.

*O.A. Salnikova*

### **ISSUES ASSOCIATED WITH TEACHING PUBLIC SPEAKING**

*Annotation.* The article focuses on the major issues associated with teaching public speaking to students in humanities. The author analyzes the difficulties which students often experience with public speech preparation and suggests possible solutions to overcome those difficulties.

*Keywords:* public speaking, oral and written speech, public speaking skills, popularization, improvisation skills.

## РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ НА НЕГУМАНИТАРНЫХ ФАКУЛЬТЕТАХ

*Аннотация.* Статья посвящена актуальным вопросам изучения русского языка и культуры речи на негуманитарных факультетах вуза, основным направлениям учебного процесса.

*Ключевые слова:* русский язык, культура речи, языковая подготовка.

**В** настоящее время в современном мире востребованы специалисты, владеющие грамотной устной и письменной речью, способные доступно и ярко выражать свои мысли, выдвигать новые идеи, а также умеющие отстаивать свои позиции. В связи с этим, в вопросе подготовки будущих специалистов и бакалавров особое место должна занимать языковая подготовка.

Мы считаем, что компетентность и профессионализм специалиста любой сферы зависят от уровня грамотности его устной и письменной речи на государственном языке. Чем выше уровень грамотности устной и письменной речи на русском языке, тем успешнее профессиональная деятельность. Это подтверждается тем, что в некоторых субъектах Российской Федерации, где государственным являются два языка, где большинство населения не является носителями русского языка (например, в Республике Тыва), при приеме на работу, при повышении по должности учитывают уровень языковой грамотности и культуры речи. В некоторых организациях и учреждениях помимо устного собеседования, которое выявляет также уровень речевой культуры, для кандидатов на ту или иную должность проводятся диктанты на русском языке, где участвует автор статьи. В последнее время наблюдается также тенденция к тесному сотрудничеству со специалистами по филологии: руководство некоторых организаций, учреждений, фирм стали приглашать преподавателей русского языка на проведение мастер-классов и других мероприятий, направленных на повышение уровня речевой культуры и совершенствование коммуникативных умений сотрудников, а также навыков публичного выступления.

Все вышеизложенное позволяет подчеркнуть значимость изучения базовой дисциплины «Русский язык и культура речи» не только на гуманитарных, но и на негуманитарных факультетах высших учебных заведений.

Какие проблемы существуют в учебном процессе при изучении дисциплины «Русский язык и культура речи», единственной по языковой подготовке на не-

гуманитарных факультетах Тувинского государственного университета? В чем заключаются их причины? Каковы пути решения существующих проблем?

Как показывает практика обучения русскому языку и культуре речи на негуманитарных факультетах вуза, в учебном процессе существуют определенные проблемы:

Во-первых, наблюдается невысокий уровень знаний первокурсников по русскому языку, что выявляется на первых занятиях с помощью входного контроля (обычно, диктанта). Причина того видится в пробелах в усвоении школьной программы по орфографическим и пунктуационным нормам.

Во-вторых, недостаточное владение первокурсниками знаниями, умениями и навыками, связанными с функциональными стилями современного русского литературного языка, в особенности – официально-деловым и научным. Данный факт подтверждают результаты выполнения заданий по конспектированию, аннотированию, реферированию, составлению тезисов и официально-деловых документов. Причина заключается в том, что школьный курс русского языка не нацеливает на выполнение работ официально-делового и научно-исследовательского характера.

В-третьих, во время учебного процесса наблюдается несформированность навыков публичного выступления у студентов первого курса. Причина данной проблемы – отсутствие значимого, на наш взгляд, учебного предмета «Риторика» в общеобразовательных организациях.

Исходя из вышеперечисленных проблем, можно выделить следующие ключевые направления в обучении русскому языку и культуре речи на негуманитарных факультетах:

1) Совершенствование письменной (углубленное рассмотрение орфографических и пунктуационных норм) и устной речи (во взаимосвязи с совершенствованием коммуникативной компетенции), что первостепенно важно для дальнейшей учебной деятельности в вузе и будущей профессиональной деятельности;

2) Углубленное рассмотрение функциональных стилей современного русского литературного языка, в особенности – усиление практической направленности изучения научного, официально-делового и публицистического стилей, что способствует успешной научной деятельности в вузе (подготовке докладов, выступлениям в конференциях и других мероприятиях, участию в различных конкурсах и грантах, проведению научно-исследовательских работ, защите проектов, курсовых и выпускных квалификационных работ и др.).

3) Совершенствование методического аспекта в преподавании русского языка на негуманитарных факультетах, которое заключается прежде всего в пробуждении интереса у первокурсников-нефилологов к языку и речи. Необходимо подчеркивать значимость грамотной русской речи, знаний языковых норм, владения функциональными стилями современного русского языка

518 | для дальнейшей успешной учебной и научно-исследовательской деятельности и будущей профессиональной. Помимо традиционных практических занятий, целесообразно применять и нетрадиционные формы (занятия-конкурсы, занятия-конференции, дискуссии, деловые игры, беседы, языковые эксперименты и т. п.) с использованием игровых, интерактивных и других современных образовательных технологий. При планировании учебного процесса необходимо учитывать специфику специальности или направления обучения студентов, что выражается в целесообразности отбора содержания курса Русского языка и культуры речи. Например, на экономическом факультете при изучении темы «Лексические нормы» можно использовать задания на определение лексического значения слов тематической группы «Экономика», «Бухгалтерский учет», «Аудит» и т. п. Работа может быть связана с неологизмами в сфере экономики, с подбором синонимов, антонимов, с разграничением значений слов-паронимов по экономике и т. д. При изучении орфоэпических, акцентологических, орфографических и грамматических норм также следует учитывать специальность и направление обучающихся. Это относится и к подбору текстов диктантов и изложений, к выбору тем сочинений, эссе и публичных выступлений.

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости увеличения количества часов на изучение базовой дисциплины «Русский язык и культура речи» на негуманитарных факультетах. Как показывает практика, годичного изучения этой дисциплины недостаточно для качественной языковой подготовки будущих бакалавров и специалистов. Целесообразно продолжить языковую подготовку на втором и третьем курсах обучения.

### **Литература**

1. Сат К.А. Эффективность учебной деятельности: преодоление коммуникативных барьеров. Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике: Сборник материалов XXI Международной научной конференции по риторике, 1–3 февраля 2017 г. / Отв.ред.: В.И. Аннушкин. – М., 2017. – 584 с.

*К.А. Сат*

### **RUSSIAN LANGUAGE AND CULTURE OF SPEECH ON NON-HUMANITARIAN FACULTIES**

*Annotation.* The article is devoted to current issues of the Russian language studying and the culture of speech in non-humanitarian faculties of the universit. And it is also examined the main directions of the educational process.

*Keywords:* Russian language, culture of speech, language training.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕПОДАВАНИЯ РЕЧЕВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

*Аннотация.* Статья носит практико-ориентированный характер. В ней с методической точки зрения рассматриваются особенности подготовки и проведения публичного выступления: тематика, композиция, приемы интерактивного взаимодействия с аудиторией, критерии рецензии, требования к презентации. Указываются ошибки начинающего оратора.

*Ключевые слова:* культура речи, риторическое мастерство, коммуникативные навыки, композиция, презентация, рецензия, акцентологические нормы.

Языковая подготовка студентов, повышение уровня речевой культуры является неотъемлемой частью современного образования. Умение четко и ясно выразить свои мысли, говорить грамотно, умение не только привлечь внимание своей речью, но и воздействовать на слушателей является своеобразной характеристикой профессиональной пригодности для людей самых различных профессий.

Специалист, обладающий необходимыми знаниями, но имеющий скудный словарный запас, не способный подобрать соответствующие слова для ясной передачи мысли и затрудняющийся грамотно изложить полученную информацию, бесспорно, проигрывает перед коллегами, которые получили серьезную языковую подготовку. А в условиях рыночной экономики это обстоятельство, без сомнения, становится и фактором, отрицательно влияющим на конкурентоспособность специалистов.

В речи, прежде всего, проявляется личность. Интеллект, чувства, интересы человека всегда отражаются в том, что и как он говорит. Л.С. Выготский подчеркивал: «Речь не служит выражением готовой мысли. Мысль не выражается, но совершенствуется в слове» [1: 271]. Умение должным образом означить явление свидетельствует о качестве мыслительных процессов. «Культура языка – это в конечном счете культура мысли», – пишет Д.Э. Розенталь [4: 5].

«Как показывает практика, наличие высшего образования нередко является лишь формальным показателем и отнюдь не гарантирует активного владения нормами литературного языка, то есть способности самостоятельно, без помощи редактора порождать корректный литературный текст» [3: 114].



Повышению уровня владения риторическим мастерством, коммуникативными навыками, общей речевой культурой способствует введенная в вузах дисциплина «Основы деловой и публичной коммуникации в профессиональной деятельности». В Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации эта дисциплина преподается студентам I–II курсов практически всех направлений подготовки бакалавров.

В задачи дисциплины входит совершенствование: 1) навыка орфоэпической, орфографической, пунктуационной, стилистической грамотности как важного компонента подготовки специалиста в сфере делового профессионального общения; 2) навыков решения коммуникативных задач в различных ситуациях делового общения; 3) навыков анализа и создания личных документов.

Формированию коммуникативно-речевой компетенции способствуют задания, основанные на моделировании ситуаций реального делового общения. В течение семестра каждый студент готовит публичное сообщение с презентацией, рассчитанное на 8–10 минут, с которым затем выступает один или в паре с другим студентом.

Тематика предлагается разнообразная: «Язык молодежи», «Состояние русского языка и культуры речи на современном этапе», «Заимствования и проблема чистоты русского языка», «В. И. Даль о русском языке. История создания “Толкового словаря живого великорусского языка”», «Подготовка публичного выступления», «Д. Карнеги о секретах публичного выступления», «Ошибки в речи ораторов», «Как преодолеть ораторскую лихорадку», «Ораторское искусство в Древней Греции» и др. По желанию студент может предложить и свою тему.

Далее выстраивается работа над композицией доклада. Говорим о том, что речь состоит из трех частей: Вступление, Основная часть, Заключение. Особенно тщательно необходимо продумывать такие композиционные элементы, как Вступление и Заключение (закон золотого края), так как лучше запоминается информация в начале и конце выступления. Вступление и Заключение должны составлять не более 1/3 всего выступления. Вводится понятие «лестница вступления» (приветствие → представление → комплимент («Я рада всех вас видеть...», «Я рада видеть улыбки на ваших лицах!...») → интрига (неожиданные вопросы, впечатляющие цифры, оригинальные цитаты, ссылки на актуальные и горячие новости) → тема, план, актуальность).

Останавливаемся на ошибках начинающего оратора. Нельзя: начинать речь с извинений («Я, конечно, не совсем готов...», «Прошу простить за ... (мой простуженный голос, мой внешний вид), говорить монотонно, без пауз, неуместно шутить, неопрятно выглядеть, подходить к делу формально. Лучше избегать фразы «Простите, но из меня плохой оратор». Не следует завершать свою речь словами: "Вот и все, что я хотела сказать". В Заключении



необходимо подвести краткий и емкий итог своего выступления, суммировать все вышесказанное.

В процессе подготовки к докладу нельзя забывать и о продумывании приемов интерактивного взаимодействия с аудиторией. К ним относятся: вопросы к аудитории (Как вы думаете, когда возникли первые на земле часы? Так ... вижу!), просьба о действии (Давайте прочитаем эти слова!. Кто может без ошибок прочитать эти слова? Расставляйте ударения правильно!..), тест (А теперь проверим, как вы внимательно нас слушали. На слайды мы поместили вопросы по содержанию доклада. Итак, первый вопрос...), викторина (На экране вы видите слова из словаря молодежи. Их нужно перевести на литературный язык).

Контакт с аудиторией помогают поддерживать и такие приемы привлечения внимания, как обращение, изложение парадоксальной ситуации, апелляция к речи предыдущего оратора, апелляция к авторитетам или известным источникам, апелляция к событиям, юмористическое замечание.

На занятиях по дисциплине «Основы деловой и публичной коммуникации в профессиональной деятельности» студенты знакомятся с основными требованиями к оформлению презентации. Освещаются, в частности, такие моменты, как: стиль (необходимо соблюдать единый стиль оформления, избегать стилей, которые будут отвлекать от самой презентации), фон (для фона лучше подбирать холодные тона, неконтрастные текстуры), использование цвета (на одном слайде рекомендуется использовать три-четыре цвета, для фона и текста слайда лучше подбирать контрастные цвета), содержание информации (необходимо использовать короткие слова и предложения, заголовки должны привлекать внимание аудитории), шрифты (для заголовков объем шрифта должен быть не менее 24, для информации – не менее 18; нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации), объем информации (не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации, наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде), способы выделения информации (для иллюстрации наиболее важных фактов следует использовать рамки, границы, заливку, штриховку, стрелки, рисунки, диаграммы, схемы, таблицы). Вся вербальная информация тщательно проверяется на отсутствие орфографических, грамматических и стилистических ошибок. Презентация должна дополнять, иллюстрировать то, о чем идет речь в докладе. С одной стороны, она не должна становиться главной частью выступления, а с другой – не должна полностью дублировать материал.

На прозвучавший доклад студенты делают рецензию. Задачи рецензии: 1) уметь дать оценку выступлению (сказать о положительных моментах и недостатках); 2) поддержать товарища (сказать добрые слова в его адрес, так как некоторые студенты испытывают стресс перед выступлением); 3) показать

522 | себя с лучшей стороны (уметь выйти на сцену, представиться, сказать кратко и по существу). План рецензии студентам дается заранее. Рецензия доклада осуществляется по следующим критериям: рассказ с опорой на текст – чтение по бумажке; соблюдение композиции выступления – сообщение не структурировано; громкий (уверенный) голос – тихий, неуверенный, монотонный голос; нормальный темп речи – темп слишком быстрый или слишком медленный; установлен контакт с аудиторией (зрительный контакт, вопросы аудитории и др.) – контакта нет (оратор сам по себе, аудитория сама по себе); грамотность выступающего (отсутствие орфоэпических, грамматических, стилистических и других ошибок) – речь неграмотная; качество презентации (удачно подобран фон, размер шрифта, красивый иллюстративный материал) – мелкий шрифт, отсутствие иллюстративного материала; общее впечатление благоприятное (бодрый, позитивный настрой выступления) – общее впечатление неблагоприятное (скучная, нудная речь).

Большое внимание на занятиях по дисциплине «Основы деловой и публичной коммуникации в профессиональной деятельности» уделяется изучению акцентологических норм. Изучение темы «Акцентологические нормы русского языка» вызывает у студентов особые затруднения. Отчасти это связано с тем, что, как известно, словесное ударение в русском языке имеет две важные особенности. Во-первых, оно является свободным, или разноместным, во-вторых – подвижным.

Проблемным для студентов является вопрос о вариантном произношении, особенно когда эти варианты находятся между собой в равноправных отношениях (баржа и баржа, газировать и газировать, джинсовый и джинсовый, обморожение и обморожение, обнаружение и обнаружение, симметрия и симметрия, роженица и роженица и др.) [2]. Так какому же варианту отдать предпочтение? Если эти варианты являются равноправными, то можно употреблять в любом функциональном стиле и первый вариант, и второй. Но при этом необходимо знать, что рано или поздно в качестве основного останется только один вариант произношения, постепенно закрепившись в практике и авторитетных нормативных изданиях. Акцентологические варианты могут находиться и в неравноправных отношениях (договор и допуст. договор, пестро и допуст. пестро, ржаветь и допуст. ржаветь, тагуировать и допуст. тагуировать, горюдит и допуст. горюдит (от горюдит)) [2]. Рекомендательная помета допуст. означает, что первый вариант является более предпочтительным, второй оценивается как менее желательный, но все-таки находится в пределах правильного. Чаще всего формы с такой пометой используются в разговорной речи.

В современной лингвистической науке выделяют 4 типа речевой культуры личности: элитарную, среднелитературную, литературно-разговорную и фамильярно-разговорную. Элитарная – это эталонная речевая культура.

Ей присущи строгое соблюдение всех норм, безусловный запрет грубых выражений. Среднелитературная характеризуется неполным соблюдением норм, чрезмерным насыщением речи книжными либо разговорными словами. Носителями этой речевой культуры являются большинство образованных жителей городов. Литературно-разговорный и фамильярно-разговорный тип объединяет тех коммуникантов, которые владеют только разговорным стилем. Фамильярно-разговорный отличается общей стилистической сниженностью, что сближает его с просторечием. Используется «ты» как обращение независимо от возраста собеседника и степени знакомства с ним.

Современный выпускник должен стать носителем элитарного типа речевой культуры. А для этого необходимо владение всеми функциональными разновидностями литературного языка; активное использование синонимов с учетом всех нюансов их значения; соблюдение орфографических и пунктуационных, орфоэпических, лексических норм; уважение к адресату речи; стремление избежать грубости.

Красивая, грамотная речь – это визитная карточка любого начинающего специалиста. В профессиональной сфере сегодня востребованы только те, кто может мыслить самостоятельно, кто свободно выстраивает свое речевое поведение в соответствии с нормами, определенными системой языка, а также общественными и профессиональными требованиями.

### **Литература**

1. Выготский Л.С. Мышление и речь. М.; Л., 1934.
2. Каленчук М.Л., Касаткин Л.Л., Касаткина Р.Ф. Большой орфоэпический словарь русского языка. Литературное произношение и ударение начала XXI века: норма и ее варианты. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2012.
3. Нецименко Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития // Вопросы языкознания. 2001. № 1.
4. Розенталь Д.Э. Культура речи. М.: МГУ, 1964.

*T.V. Satina*

### **METHODOLOGICAL ASPECTS OF TEACHING RECEIVEDCASH COURSES IN HIGH SCHOOL**

*Annotation.* The article is practice-oriented. From a methodological point of view, it examines the features of the preparation and conduct of a public speech: theme, composition, methods of interactive interaction with the audience, review criteria, presentation requirements. Errors of the beginning speaker are specified.

*Keywords:* culture of speech, rhetorical skills, communication skills, composition, presentation, review, accentual norms.

**М.Б. Серпикова**

*serpikova\_tb@mail.ru*

*доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации  
Российского университета транспорта (МИИТ)  
Москва, Россия*

**Т.А. Шехурдина**

*t.shekhurdina@mail.ru*

*ст. преподаватель кафедры русского языка и межкультурной коммуникации  
Российского университета транспорта (МИИТ)  
Москва, Россия*

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ УЧАЩИХСЯ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ**

*Аннотация.* В статье рассматриваются наиболее актуальные аспекты вузовского курса «Русский язык и культура речи», а также проблемы и способы формирования на основе риторического подхода профессионально ориентированных коммуникативных компетенций в практике обучения студентов негуманитарных специальностей.

*Ключевые слова:* коммуникативный аспект культуры речи, культура общения, эффективная коммуникация, риторический подход, компетенции, компетентностный подход.

**Н**овые тенденции в высшем образовании (обучение студентов практическим навыкам, нацеливание учащихся на самостоятельную работу, на результат, на умение взаимодействовать с людьми в процессе коммуникации и т.п.) нашли отражение в обновленных ФГОС ВО и поставили перед вузами и кафедрами новые методические задачи.

Основная цель высшей школы – подготовить студентов к реальной практической деятельности. Следовательно, образовательный процесс должен быть выстроен с учетом специфики будущей профессиональной деятельности учащихся. При этом одним из критериев качества подготовки выпускника технического вуза является его способность к эффективной коммуникации в профессионально значимых ситуациях общения. Коммуникативная компетентность как интегральное личностное качество, определяющее включенность специалиста в деятельность и формирующееся в процессе его развития и саморазвития, является сегодня ключевым фактором профессионального

успеха инженера, позволяющим ему строить взаимодействие с партнерами (коллективом) на качественно новом уровне, что положительно сказывается на результатах труда.

Формированию и развитию компетенций, необходимых для выполнения профессиональных обязанностей в конкретных ситуациях общения, способствует прежде всего практико-ориентированный подход к обучению студентов.

Согласно ФГОС ВО (3+) от выпускника технического вуза помимо профессиональной компетентности, т.е. знаний и практической подготовленности для осуществления всех видов профессиональной деятельности в соответствии с образовательным стандартом, требуется также компетентность коммуникативная, которая включает в себя «следующие компоненты:

– лингвистическую компетенцию (владение орфоэпическими, лексическими, морфологическими, синтаксическими нормами современного русского литературного языка);

– лингвопрагматическую компетенцию (умение правильно оценивать и не нарушать социолингвистический контекст речи);

– социокультурную компетенцию (знание правил речевого этикета в типичных ситуациях общения, в том числе учет специфики межкультурного диалога);

– дискурсивную компетенцию (знание правил построения риторически грамотного текста)» [6].

Перед преподавателями дисциплины «Русский язык и культура речи» всегда стояла задача обеспечить формирование всех этих компонентов, то есть научить студента пользоваться словом во всех его ипостасях. При этом традиционно большая часть учебного времени, выделяемого на освоение дисциплины, отводилась и сейчас зачастую отводится нормативному аспекту владения языком, а коммуникативному и этическому аспектам по-прежнему уделяется мало внимания.

Анализ новых – уже утвержденных и только готовящихся к утверждению – ФГОС ВО (3++) показал, что в технических вузах для всех без исключения направлений подготовки предусмотрена следующая коммуникативная компетенция: «выпускник способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранных языках» [9], т.е. стандарт нацеливает на изучение деловой коммуникации в ее устной и письменной формах. Акцент, как видим, сделан не на нормативном аспекте языка, а на коммуникативном – «оптимальном, целесообразном использовании языковых средств в соответствии с поставленными коммуникативными целями и задачами в различных ситуациях устного и письменного общения в профессиональной сфере» [1: 160].

Под термином «деловая коммуникация» при этом понимается возникающее между субъектами в процессе совместной (коллективной) деятельности

526 | «взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности» [2] – управленческой, производственной, научной и пр. Помимо коммуникативного аспекта (собственно коммуникации как общения), в профессиональном взаимодействии можно выделить также «интерактивный аспект (интеракцию) – социальное взаимодействие и перцептивный (перцепцию) – восприятие и понимание людей» [5: 304].

В связи с этим к базовым коммуникативно-речевым умениям и навыкам, востребованным в разных сферах профессиональной деятельности, следует также отнести

- «владение грамотной устной и письменной речью на родном языке;
- знание риторических возможностей и умение ими пользоваться;
- владение правилами построения текста разной целевой направленности;
- умение слушать и осуществлять обратную связь;
- умение правильно задавать вопросы;
- владение приемами убеждения и внушения» [7].

Согласно ФГОС (3++) по окончании изучения дисциплины «Русский язык и культура речи» студенты должны уметь

- взаимодействовать с коллегами, выстраивать доверительные отношения, осуществлять обмен информацией в процессе профессионального и социального взаимодействия, уметь публично выступать;
- аргументировать свою позицию и интерпретировать полученный результат; быть нацеленными на самосовершенствование;
- работать в команде (группе), следовательно, уметь аргументированно убеждать; признавать свои ошибки и принимать чужую точку зрения;
- как руководить, так и подчиняться в зависимости от поставленной перед коллективом задачи; управлять своими эмоциями и абстрагироваться от личных симпатий /антипатий.

Для эффективного взаимодействия необходимо знать типы характеров и темпераментов, методы саморегуляции; этические нормы поведения; виды и стили общения, а также причины возникновения коммуникативных барьеров и пути их преодоления; виды деловых конфликтов и методы их разрешения; стратегии и тактики общения; уметь осознанно ориентироваться на других, находить сходное видение проблем и задач; уметь осуществлять самоконтроль [8].

Добавим к этому еще и

- «способность и готовность участвовать в составлении и оформлении научных отчетов, исследований, выступлений, способность представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории»;
- владение «культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения» [10: 513–514];

- умение анализировать логику научных рассуждений и высказываний;
- умение аргументированно отстаивать свою точку зрения и отвечать на вопросы оппонентов;
- владение навыками участия в научном диалоге.

При этом и устная, и письменная формы общения базируются прежде всего на знании норм современного литературного языка, который является основой профессиональной коммуникации.

Возможно ли научить всему этому студентов в течение одного семестра при 36 часах аудиторных занятий? Поскольку курс нацелен на развитие коммуникативной компетенции будущих инженеров, экономистов и управленцев и должен учитывать особенности их будущей профессиональной деятельности, большая часть которой состоит в чтении, анализе, письменной и устной обработке и создании оригинальных профессиональных и научных текстов, осуществлении профессионального речевого взаимодействия, то ориентиром для обучения должна стать именно деловая (профессиональная) коммуникация [4]. В этой связи встает вопрос о необходимости обновления содержания дисциплины «Русский язык и культура речи» и самого подхода к ее изучению: наибольшее внимание в рамках данного курса следует уделить коммуникативному и этическому аспектам культуры речи:

- устному и письменному официальному общению (в частности, правилам ведения деловых переговоров и дискуссии, умению составлять тексты технической документации и деловых документов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к письменной деловой речи);
- научному стилю речи, знание особенностей которого необходимо для написания и оформления статей, докладов, а в рамках вуза – для подготовки рефератов, курсовых и выпускных квалификационных работ;
- ораторскому искусству и навыкам публичного выступления (в том числе – умению взаимодействовать с аудиторией, вести полемику, «мастерски использовать слово как инструмент мысли и убеждения» [1]).

Нужен новый – интегрированный – курс, опирающийся прежде всего на современную риторику (неориторику) как дисциплину, объединяющую устную и письменную речевые сферы; на культуру речи и стилистику как курсы, дающие представление о современной речевой ситуации и об актуальных процессах в современном русском языке; на курсы академического письма и делового общения.

В рамках именно такого курса студент технического вуза сможет в полной мере овладеть коммуникативной культурой, освоив компетенции, имеющие в своем содержании явную риторическую составляющую: знание функций и основных единиц языка, основ теории устной и письменной коммуникации, законов, принципов и правил эффективного общения в различных сферах, умение устанавливать и корректировать в соответствии с коммуникативным



528 | намерением речевой контакт, преодолевать барьеры в общении, на основе правил эффективного общения строить собственную монологическую / диалогическую речь, а также владеть навыками составления деловых и научных текстов, риторической аргументации, бесконфликтного общения в профессиональной сфере.

Современный подход к высшему образованию, как уже было отмечено, на первое место ставит усвоение учащимися практических умений и навыков. Хорошим подспорьем преподавателю в этом плане является ежегодно проводимая в Российском университете транспорта студенческая научно-практическая конференция «Неделя науки», участвуя в которой учащиеся имеют возможность на собственном опыте убедиться в необходимости овладеть навыками коммуникации в ситуации научного общения, основами ораторского искусства.

Подготовка текста доклада, осуществляемая под контролем преподавателя, и последующая репетиция выступления позволяют студенту овладеть компетенциями в сфере не только письменной научной коммуникации (т. е. получить представление о логической организации и лингвостилистических особенностях научного текста, овладеть практическими умениями, необходимыми для написания доклада, тезисов, и т. п.), но и устной: в частности, овладеть навыками публичного выступления, приобрести умение аргументированно отстаивать свою точку зрения в ходе научной дискуссии и т. п. Умение грамотно формулировать тему, проблематику, цель и задачи своей работы, оформлять справочно-библиографический материал, редактировать текст – все это в работе со студентами нам представляется особенно важным, так как учебными планами разных направлений подготовки для контроля знаний учащихся по многим дисциплинам предусмотрены письменные работы (курсовые, рефераты, эссе).

Итак, готовясь к выступлению, учащиеся выбирают тему и работают над текстом и презентацией своего сообщения, прогнозируют ответы на предполагаемые вопросы аудитории, формулируют и пишут тезисы своего доклада для публикации в сборнике материалов конференции. При этом важной частью такой подготовки является совершенствование культуры устной речи, что подразумевает тренинги по овладению техникой речи, отработку хорошего произношения, четкой дикции, закрепление орфоэпических и акцентологических норм. Но этой работе предшествует другая – трансформация написанного доклада в текст устного публичного выступления, которое строится по своим правилам и предполагает взаимодействие докладчика со слушателями. И первым шагом здесь становится отработка умения перейти от сухого чтения текста к живому общению с аудиторией.

Успешное выступление на конференции в результате большой предварительной работы, нацеленной на овладение студентом не только письмен-



ной, но и устной научной речью, неразрывно связанной со способностью поддерживать контакт с аудиторией, убедительно отстаивать свою точку зрения, комментировать итоги своей работы, отвечать на вопросы и т. п., убедительно доказывает: «риторический подход, ориентированный на поиски, теоретическое осмысление и практическое воплощение оптимальных путей овладения эффективной, успешной, результативной речью» [3: 151–152], учитывающий достижения различных дисциплин (психологии, лингвистики текста, логики, культуры речи и т.п.), является наиболее продуктивным при обучении студентов целесообразной, эффективной и гармонизирующей речи в сфере деловой (профессиональной) и учебно-научной коммуникации.

### Литература

1. Вяткина И. В. «Русский язык и культура речи» – средство формирования коммуникативной компетентности / И. В. Вяткина // Труды международного симпозиума. Надежность и качество. Т.1. 2008. С. 160–161.
2. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] URL: <http://club-energy.ru/c.php> (дата обращения: 10.05.2018).
3. Ерохина Е. Л. Определение понятия «коммуникативная культура»: риторический подход / Е. Л. Ерохина, О. Ю. Князева // Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике. Сборник материалов XXI Международной научной конференции. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2017. С. 149–152.
4. Кувшинская Ю. М. Концепция курса русского языка для нефилологических специальностей в НИУ ВШЭ: грамотная речь – публичная речь – профессиональная речь / Ю. М. Кувшинская, А. И. Левинзон [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_27503325\\_16651894](https://elibrary.ru/download/elibrary_27503325_16651894) (дата обращения: 11.05.2018)/
5. Мануйлова И. В. Культура современного профессионально-делового общения / И. В. Мануйлова // Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике. Сборник материалов XXI Международной научной конференции. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2017. – С. 303–310.
6. Низаева Л. Ф. Коммуникативная компетенция: сущность и компонентный состав / Л. Ф. Низаева // Молодой ученый. – 2016. – № 28. – С. 933–935. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/132/37125/> (дата обращения: 07.06.2018).
7. Основы русской деловой речи. Учебник. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://librolife.ru/g4299084> (дата обращения: 07.06.2018).
8. Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 ноября 2015 г. № 1327 “Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Эко-

530 | номика (уровень бакалавриата)». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71165458/>.

9. Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования. ФГОС ВО (3++) по направлениям бакалавриата. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/151/150/24>.

10. Черкашина Т. Т. Формирование культуры научного исследования как лингвистическая задача / Т. Т. Черкашина, Л. Д. Ефанова // Риторика и культура речи в современном научно-педагогическом процессе и общественно-коммуникативной практике. Сборник материалов XXI Международной научной конференции. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2017. С. 513 – 518.

*М.Б. Serpikova, T.A. Shekhurdina*

**PROBLEMS OF FORMING PROFESSIONALLY ORIENTED  
COMMUNICATIVE COMPETENCES  
OF TECHNICAL UNIVERSITY STUDENTS**

*Annotation.* This article highlight the most actual aspects concerning the «Russian language and speech culture» syllabus in high schools, describes the problems and ways of forming professionally oriented communicative competencies in the practice of teaching at a higher technical education institution on the basis of the rhetorical approach.

*Keywords:* communicative aspect of the culture of speech, communication culture, effective communication, rhetorical approach, competence, competence approach.

## АКТОВАЯ РЕЧЬ КАК МОДЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ НАВЫКАМ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В КУРСЕ ВУЗОВСКОЙ РИТОРИКИ

*Аннотация.* Статья посвящена обзору дискурсивных особенностей современной актовой речи как знакового явления американского академического дискурса, ее интенциям, ключевым риторическим и лингвокультурологическим характеристикам; а также анализу потенциальной эффективности использования напутственных речей в вузовском обучении риторике на филологических факультетах со студентами, профессионально изучающими английский язык, для отработки навыков публичных выступлений последних.

*Ключевые слова:* напутствие, актовая речь, лингвокультурология, риторические и стилистические приемы.

Произнесение известными людьми напутственных речей на церемонии присуждения степеней и вручении дипломов студентам, завершившим обучение в университете, – знаковый риторический ритуал американского академического дискурса. Чаще всего такие речи называются актовыми и обозначаются термином «commencement», что значит церемония «начинания», знаменующая начало новой продуктивной и процветающей жизни [6]. Эта идея перехода на новый этап жизни обычно является общей темой выпускных церемоний и наиболее заметно проявляется в форме речи (commencement speech / address or graduation speech) приглашенного для выступления на этом своего рода «обряде инициации» оратора.

Традиция произносить подобную речь берет начало со времени образования Гарварда (1642 г.). В те времена перед вручением дипломов каждый выпускник выступал с речью, демонстрируя свои ораторские способности на нескольких древних языках, а также навыки ведения дебатов на английском [7]. Эта традиция просуществовала более 200 лет, затем преимущество было отдано одной речи, как правило, выступлению ректора учебного заведения. В 1878 г. Мичиганский университет положил начало новой традиции – приглашать на выпускные церемонии известных ораторов, в число которых чаще всего входили его выдающиеся выпускники. Сейчас среди «напутствующих» гостей можно обнаружить политиков, писателей, спортсменов, актеров, ученых, представителей IT-сферы и т.д. Безусловно, яркие, эмоциональные

532 | актовые речи (длительностью обычно до 30 минут) делают церемонии более запоминающимися для выпускников и их семей, поднимают престиж и статус учебного заведения в глазах родителей и будущих инвесторов и привлекают новых абитуриентов [8]; а видеозаписи выступлений, часто размещенные в свободном доступе в интернете, становятся благодатным материалом для анализа особенностей построения современной публичной речи выдающихся медиаперсон и отработки риторических навыков начинающих ораторов.

Актовая речь является сравнительно устойчивым типом текста с точки зрения композиции, тематики и стилистики. Тематически актовая речь фокусируется на жизненных эпизодах, в которых прослеживается связь прошлого с будущим. Исследователь актовых речей как риторического жанра К.Х. Голт выделяет следующие ключевые характеристики: признание выпускников и их достижений, идентификация оратора с аудиторией, представление мира и его проблем, внушение надежды на будущее. По мнению ученого, наиболее важной характеристикой является идентификация оратора с аудиторией, так как без нее у слушателей не возникнет доверие к словам выступающего, соответственно, его размышления о состоянии мира и советы на будущее не будут иметь для слушающих большого значения [8].

Чаще всего ораторы преследуют несколько целей в своем обращении к выпускникам и их близким: восхваление выпускников, воодушевление, разъяснение / инструкция, развлечение. Это, по мнению А.А. Константиновой, позволяет выделить тематические подгруппы актовых речей (или тематику содержания их значительной части): «речи, информирующие выпускников о мире взрослых; речи, в которых оратор концентрируется на своем личном опыте; речи, посвященные темам, в которых выступающий считается экспертом; речи, вдохновляющие публику на важные свершения и побуждающие стремиться к высотам; речи, в которых рассматривается какая-либо черта человеческого характера, являющаяся источником многих проблем; речи, посвященные «вечным ценностям»; речи, освещающие спорные темы, в которых высказываются нестандартные мнения; речи, восхваляющие образование, полученное выпускниками, и учебное заведение, которое они закончили» [2: 385].

Важно отметить и лингвокультурологическую значимость изучения актовых речей. В своих исследованиях ритуальных церемоний американских университетов К. Мэннинг и Т.М. Хесберг справедливо отмечают, что подобные мероприятия являются богатейшим хранилищем смысла университетской культуры, открывая доступ в умы и настроения Америки [9], [11]. Актовую речь можно считать текстом прецедентного жанра, то есть жанра, «отмеченного национально-культурной спецификой, имеющего для представителей определенного лингвокультурного сообщества немаловажную познавательную и эмоциональную значимость и хранящегося в сознании данной языковой личности в виде ментальной инвариантной структуры» [1: 142].

Как объект не только риторического, но и лингвистического исследования актовая речь представляет большой интерес с нескольких точек зрения. Во-первых, с точки зрения коммуникативной лингвистики это ритуальный жанр институционального дискурса, который включает монологическое высказывание, скрывающее диалог выступающего и целевой аудитории, направленное на утверждение определенного мировоззрения, вследствие чего данный тип жанра отмечен вербально выраженной ценностной ориентацией и имеет четкую ситуативную отнесенность [2].

Во-вторых, с лингвокультурологической точки зрения подобный текст является значимым прецедентом, так как хранится в сознании носителей данной лингвокультуры в виде ментальной структуры, которую В.В. Красных определяет как «инвариант восприятия, представляющего некий структурированный комплекс минимизированных и национально-детерминированных представлений» [3: 74]. Именно благодаря лингвокультурологическому методу исследования актовых речей можно выделить целый ряд ключевых слов, которые служат средством доступа к ценностному пространству американской культуры, находящим отражение в подобных текстах.

Все вышеперечисленные соображения объясняют потенциальную эффективность использования актовых речей в вузовском обучении риторике, в особенности на филологических факультетах со студентами, профессионально изучающими английский язык. Кроме непосредственной языковой практики со студентами, в них можно:

- отслеживать тематические, композиционные и стилистические параметры актовой речи как интересной современной риторической практики;
- выявлять, как эти параметры усиливается факторами культурологической маркированности;
- рассматривать полидискурсивный характер актовой речи, ее отнесенность к ритуальному, институциональному и дидактическому дискурсу;
- выделять используемые конкретным оратором доминантные риторические и стилистические приемы, помогающие ему актуализировать себя как языковую личность и являющиеся элементами его самопрезентации;
- анализировать, как элементы личностного общения помогают оратору создать особую лиричность, «задушевность» актовой речи, сохраняя при этом подобающую данному случаю торжественность.

В рамках курсов риторики, стилистики английского языка и интерпретации текста на филологическом факультете СмолГУ мы вместе со студентами осуществляем комплексную работу по анализу современных американских актовых речей, активно задействуя межпредметные связи и сочетание разных методов научного анализа (риторический, стилистический, дискурсивный, лингвокультурологический); но именно в курсе риторики напутственные речи становятся эффективной моделью обучения навыкам публичного выступления.

За последние несколько лет в ходе работы с актовыми речами мы отобрали и риторически «освоили» 10 напутственных речей, произнесенных в американских университетах в период с 1988 по 2015 гг., учитывая следующие параметры: разный род занятий выступающих, разные виды университетов (университеты Лиги плюща, государственные и частные университеты), разная гендерная и расовая принадлежность ораторов, количество просмотров видеозаписей речей или их расшифровок в интернете и сопутствующих позитивных комментариев. В наш корпус анализируемых речей вошли: Иосиф Бродский (1988 г.), Стив Джобс (2005 г.), Дэвид Фостер (2005 г.) Билл Гейтс (2007 г.), Мадлен Олбрайт (2007 г.), Джоан Роулинг (2008 г.), Мерил Стрип (2010 г.), Барак Обама (2010 г.), Дженнифер Ли (2014 г.), Кандолиза Райс (2015 г.). И хотя Бродский и Олбрайт с точки зрения родного языка могли бы быть отнесены к иным лингвокультурным сообществам, сам факт выступления перед американской аудиторией и данные из их биографий позволяют анализировать их речи как относящиеся к американской лингвокультуре тексты.

В ходе работы над указанными актовыми речами студенты легко выделяют наиболее частотные средства выразительности ораторов: активное использование эпитетов, сравнений и метафор, описывающих отношение к студенческой жизни в частности и жизни в целом; лексические и синтаксические повторы (в особенности анафору и анадиплосис), вопросно-ответную форму повествования, парцеллированные предложения в наиболее значимых фрагментах текста; асиндетоны и полисиндетоны, выстраивающие завораживающую слушателей ритмическую динамичность текста; противопоставления (часто парадоксальные); фразеологические обороты и идиомы; разговорные штампы и коллоквиальные единицы, маркирующие неформальность, личностную ориентированность выступления и помогающие ораторам осознанно снижать статус «высокой публичности» подобных речей.

Большой интерес для студентов представляет также лингвокультурологический анализ ключевых слов и понятий, фокусирующих содержательно-концептуальную информацию текстов актовых речей и их эмоционально-оценочные доминанты. К наиболее значимым концептуально-ментальным областями они справедливо относят такие тематические поля, как: *failure* (неудача), *success* (успех), *purpose* (цель), *sympathy* (сочувствие), *change* (изменение), *being true to oneself* (умение быть честным по отношению к себе); *the world is not perfect* (несовершенство мира). В качестве ценностных векторов парадигмы американского лингвокультурного сообщества студенты отмечают частое упоминание основных принципов американской демократии: равенства, свободы и гражданских прав; рассмотрение неудач как факторов, способствующих дальнейшему личностному и профессиональному росту; оперирование прецедентными феноменами, в особенности упоминание знаменитых личностей и ссылки на важные и символические события истории.

Весьма продуктивным для осознания студентами персуазивной стратегии актовых речей нам представляется использование компьютерной программы AntConc, предназначенной для обработки текстовых корпусов первого порядка [13]. Программа выделяет ключевые слова или фразы, которые, во-первых, являются наиболее частотными, а во-вторых, берут на себя смысловую нагрузку текста. Полученные результаты наглядно демонстрируют разнообразие интенций ораторов и значимость волнующих их тем: Иосиф Бродский – *try / rebel* (пытаться / бунтарь); Стив Джобс – *love for what you do* (любовь к тому, что ты делаешь); Дэвид Фостер Уоллес – *worship / default settings* (почитание / бездействие); Билл Гейтс – *inequity* (пристрастность); Мадлен Олбрайт – *world / leadership* (окружающий мир / лидерство); Джоан Роулинг – *imagination / failure* (воображение / неудача); Мерил Стрип – *pretending / women* (притворство / женщины); Барак Обама – *change / responsibility* (изменение / ответственность); Дженнифер Ли – *lenses of self-doubt* (линзы неуверенности в себе); Кондолиза Райс – *education / passion* (образование / увлеченность).

Затем мы приступаем к структурно-композиционному рассмотрению выступлений и выявлению риторических стратегий и тактик, которые чаще всего используют ораторы во вступлении, основной части и заключении. Так, в начале 10 рассматриваемых нами актовых речей большинство ораторов пользуются двумя риторическими приемами: либо используют юмор как способ разрядить обстановку в ходе ожидания начала церемонии, либо дают отсылку к своему прошлому, что создает дружественную атмосферу. Например, Джоан Роулинг в напутственной речи перед выпускниками Гарварда признается, что во время подготовки речи чувствовала не только гордость, но и страх, как перед экзаменами, из-за чего у нее были приступы тошноты, которые в результате помогли ей сбросить вес [4]. Подобный прием обнаруживается и в речи Стива Джобса для студентов Стэнфорда. Как и Бил Гейтс, Джобс не получил академическую степень и никогда не бывал на выпускной церемонии, о чем он иронизирует в самом начале своей напутственной речи [12]. Мадлен Олбрайт и Кондолиза Райс отмечают, что хотя хорошо помнят свои выпускные церемонии, но не могут восстановить в памяти слов приглашенных ораторов, что так похоже на «избирательность» студенческой памяти [5, 10].

На заключительном этапе студенты в минигруппах получают задание – подготовить пятиминутное напутственное выступление и самого выступающего с актовой речью (на русском или, по желанию, на английском языке). Для этого они придумывают биографию известного человека, которую перед выступлением «почетного гостя» презентует один из членов группы. Ребята создают риторический эскиз речи, определяют, какие риторические и стилистические приемы могут стать ее структурно-организованными элементами, решают, какие лингвокультурологические компоненты, знаковые для русской культуры, могут усилить ее убедительность. Другим вариантом создаваемой



536 | напутственной речи является гипотетическое выступление студентов последнего курса перед первокурсниками на первой сентябрьской неделе. Такое игровое использование предлагаемых обстоятельств, как правило, помогает студентам раскрепоститься во время выступлений и осознать важность грамотного использования риторических и стилистических приемов в формате монологического публичного выступления.

Использование актовых речей для отработки навыков публичной речи в рамках курса вузовской риторики помогает студентам лучше подготовиться к современной публичной коммуникации, для которой часто характерна «гибридизация жанровых форм, дискурсивных практик и конвергенций стилей» [1: 156]. Создавая и осуществляя свое напутственное выступление, студенты учатся выстроить активную речь по принципу «наедине со всеми», правильно подбирая для нее наиболее эффективные в данном виде коммуникации риторические и стилистические приемы, а также языковые средства выразительности. Наиболее интересным для них становится нахождение баланса между задушевностью, лиричностью напутственной речи и подобающей ей торжественностью и «рамочной» официальнойностью, а также работа над усилением ее убедительности при помощи знаковых для русской аудитории культурологических компонентов.

### Литература

1. Иванова С.В. Актовая речь как гибридная полидискурсивная практика // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 21. No 1. С. 58–64.
2. Константинова А.А. Когнитивно-дискурсивные функции англо-американских паремий в дискурсе актовых речей // Известия Тульского государственного университета. 2012. С. 384–392.
3. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. М.: ИТДГК Гнозис, 2002. 270 с.
4. Campus & Community Text of J.K. Rowling’s speech by J.K. Rowling [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2008/06/text-of-j-k-rowling-speech/> (Дата обращения: 20.11.2018).
5. College of William & Mary Commencement Address – May 16, 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://awpc.cattcenter.iastate.edu/2017/03/09/college-of-william-mary-commencement-address-may-16-2015/> (Дата обращения: 9.11.2018).
6. Collins Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/> (Дата обращения: 12.11.2018).
7. Fabry M. The Long History Behind Your Favorite Celebrity Commencement Speech Time [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://time.com/4327774/history-commencement-speech/> (Дата обращения 19.11.2018).



8. Gault K.H. The Development of a Genre: Commencement Addresses Delivered by Popular Cultural Icons B.F.A San Marcos, Texas December 2008 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https:// digital.library. txstate. edu/ bitstream / handle /10877 / 3941/fulltext.pdf](https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/3941/fulltext.pdf) (Дата обращения 3.11.2018).

9. Hesburgh Th.M. Foreword // Go Forth and Do Good: Memorable Notre Dame Commencement Addresses/ selected, edited and introduced by Wilson D. Miscamble. – Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press, 2003. 264 p.

10. Madeleine K. Albright's Commencement Address to the Wellesley College Class of 2007 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.wellesley.edu/events/ commencement/archives/2007commencement/commencementaddress](https://www.wellesley.edu/events/commencement/archives/2007commencement/commencementaddress) (Дата обращения: 3.10.2018).

11. Manning K. Rituals, Ceremonies, and Cultural Meaning of Higher Education. Westport: Bergin&Garvey, 2000. 186 p.

12. 'You've got to find what you love,' Jobs says [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.stanford.edu/2005/06/14/jobs-061505/> (Дата обращения: (25.10. 2016).

13. <http://www.laurenceanthony.net/software.html>

*P.V. Silaev*

**COMMENCEMENT SPEECH AS A MODEL FOR TEACHING  
STUDENTS SKILLS OF PUBLIC SPEAKING IN A UNIVERSITY  
RHETORIC COURSE**

*Annotation.* The article is devoted to reviewing discursive peculiarities of the commencement speech as a significant phenomenon of the American academic discourse, its intentions, key rhetoric and cultural linguistics characteristics; and also to analysing the potential benefits of using commencement speeches while teaching rhetoric at university, at faculties where students study English profoundly for improving students' skills of public speaking.

*Keywords:* expressing farewell, commencement speech, cultural linguistics, key words, rhetoric and stylistic devices.

## СТИЛИСТИЧЕСКИЕ РЕФЛЕКСЫ КОНТЕКСТА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТЕКСТА

*Аннотация.* В статье описываются случаи, когда аудитория интерпретировала ораторский текст неожиданным образом и видела в тексте те смыслы, который автор в нее едва ли закладывал. Высказывается гипотеза, что на восприятие текста драматическим образом повлияла стилистика контекста. Эти рассуждения также связаны с рассуждениями о природе стиля, взаимосвязи формы и содержания.

*Ключевые слова:* стиль, текст и контекст, стилистические рефлексy, анализ текста, Пушкинская речь Ф. М. Достоевского.

**Р**абочая гипотеза, лежащая в основе тезисов и доклада, состоит в том, что интерпретация смысла текста зависит от стиля его контекста. На звучащую речь может драматически повлиять стилистика пространства, в котором он звучит; на письменный, печатный или электронный текст оказывает влияние стилистика органа печати, в котором он размещается.

Сперва поясним, что мы понимаем под рефлексами, упомянутыми в заглавии. Термин «рефлекс» заимствуется нами из оптики и теории живописи, где он означает «оптический эффект отраженного света, изменение тона или увеличение силы окраски предмета, возникающие при отражении света, падающего от окружающих его предметов» [8]. Рефлексy в тексте – это семиотический эффект, приводящий к изменениям смысла текста при его восприятии аудиторией в конкретном стилистически активном контексте. Может происходить усиление или ослабление определенных смыслов в тексте, вплоть до убежденности аудитории в том, что в тексте заявлены такие идеи, коих там на самом деле и не было. Этот эффект возникает из-за одновременного восприятия текста и контекста.

Такие рефлексy мы называем стилистическими, потому что на текст влияют не только сами стены зала или бумага издания, сколько устойчиво и систематично выдерживаемый в них стиль. Здесь мы должны определить, что мы понимаем под стилем.

Будем понимать стиль как устойчивый и систематически воспроизводящий набор связанных между собой знаков и символов, выбор которых определен

системой ценностей создателя или заказчика артефакта. Артефактом может быть текст, здание, интерьер, музыкальное произведение и т.д. Это не самый распространенный взгляд на стиль, но и не совершенно новый. Выдающийся специалист по риторической критике Эдвин Блэк (Edwin Black) в предисловии к своему труду «Риторическая критика: изучение метода» писал, что «стиль есть манифестация личности» [13: xiii]. Эти слова надо понимать как манифестацию ценностей личности. Но это индивидуальный стиль. Если же мы говорим о стиле эпохи, народа, какого-то сообщества, мы можем сказать шире: стиль – это манифестация в семиотическом продукте системы ценностей его создателя. Чем продуманней и гармоничней система ценностей, тем ярче стиль. Нет системы ценностей – нет стиля. Мы имеем такие стили как барокко, готический стиль, византийский стиль, романтический стиль и пр. и пр. ровно потому, что та или иная эпоха, культура, человек породили ту или иную систему ценностей. Эти системы ценностей нашли свое устойчивое и систематическое выражение в определенных знаках: в типах линий в архитектуре, в типах звуко сочетаний в музыке, в способах украшать речь в ораторских произведениях и т.д. Устойчивость и систематичность выражения дает нам ритм и чувство резонанса, а они в свою очередь формируют чувство прекрасного, отсюда связь стиля и эстетики. Так становится очевидным, что стиль – это категория, в которой этика пересекается с эстетикой.

Гипотеза, что стиль контекста влияет на декодирование текста, впервые возникла в рамках наших исследований при анализе предвыборной речи Владимира Владимировича Путина 2004 года [7]. Он выступал в актовом зале Московского университета и произносил свою предвыборную речь, полную либерально-демократических идей. Эту речь никак нельзя было назвать прокоммунистической. После мероприятия специальное агентство опроса общественного мнения опросило слушавших речь, при этом исследование фиксировало пол, возраст, социальный статус и то, за какую партию люди голосовали на последних выборах. Затем данные публиковались на сайте этой организации – Фонда «Общественное мнение» [6]. Эти данные неожиданно показали, что речь очень понравилась тем, кто голосовал на предыдущих выборах за коммунистов. Хотя обычно речи Путина им не очень нравились в тот период и в те годы коммунисты находились в жесткой оппозиции к президенту. Что же случилось на этот раз? В тексте, повторяюсь, не было никаких сигналов верности коммунистическим идеалам. Единственной отсылкой к коммунистической идеологии во время этого выступления был декор актового зала МГУ. Этот зал выдержан в стилистике сталинского классицизма. Сцена этого помещения украшена барельефами Ленина и Карла Маркса, а мозаика по центру представляет собой группу красных знамен. Картинка трансляции этого выступления визуально на уровне ассоциаций отсылала к партийным съездам советской эпохи.

Конечно, этого случая было бы мало для того, чтобы утверждать справедливость этой гипотезы. К этой идее нам пришлось вернуться снова при анализе Пушкинской речи Ф. М. Достоевского [2].

Эта речь вошла в историю отечественной культуры по нескольким причинам, многие считают ее самым выдающимся ораторским выступлением в истории русской словесности. С этим текстом связан известный парадокс: будучи произнесенной 8 июня 1880 года на торжественном заседании Общества любителей российской словесности, она вызвала восторженную реакцию аудитории, бурные овации и всеобщее ликование. «Тому, кто слышал его известную речь в этот день, конечно, с полной ясностью представилось, какой громадной силой и влиянием может обладать человеческое слово, когда оно сказано с горячей искренностью среди назревшего душевного настроения слушателей», – писал в своих воспоминаниях А.Ф. Кони [3: 98].

Русские и американские исследователи отмечают, что потрясающий эффект речи был в значительной степени результатом особой атмосферы праздника [1; 4; 11 и др.]. Вместе с тем, апофеоз ораторской мысли Достоевского связан и с содержательностью идей, выраженных в речи. Проведенный ранее нами анализ [10] показывает, что речь действительно очень содержательна и очень удачно затрагивает интересы аудитории. Однако парадоксальным образом те же самые идеи, будучи опубликованными спустя 5 дней 13 июня на страницах крайне консервативной газеты М. Н. Каткова «Московские ведомости», вызвали массовую критику, доходящую до истерии и оскорблений. Причем многие новоявленные обличители писателя еще совсем недавно – на заседании – рукоплескали ему. Как можно объяснить это противоречие?

В этом контрастном восприятии одного и того текста практически одним и тем же составом аудитории обращает на себя внимание разница контекстов восприятия. В первом случае – торжественная обстановка зала Благородного собрания, во втором – страницы реакционного органа печати. «Московские ведомости» были крайне консервативным изданием, известным тем, что публикуемые здесь статьи продвигали идеи верности царскому дому и монархическому строю.

Когда журналисты и критики стали разбирать тот же самый текст Достоевского, опубликованный на страницах Московских ведомостей, они стали уделять особое внимание таким фразам, как «смирись, гордый человек», «потрудись надо собой». Критики самовольно интерпретировали эти идеи в том ключе, что Достоевский призывает к смирению перед царской властью и гнетом существующего строя. Теперь в этом тексте они видели не оду поэту-гению, а «ординарную проповедь полнейшего мертвенения» [12: 429]. Многие положения напечатанного очерка «Пушкин» были просто проигнорированы оппонентами. При этом главная мысль текста, ключевая логика рассуждения оказывается как бы вне фокуса внимания критиков (это показывают

многочисленные анализы текста, сделанные различными отечественными и зарубежными исследователями, подробнее см. [10]). Для аудитории журнала ценность «монархия» начинает доминировать в восприятии печатного текста, видимо, только благодаря стилю журнала «Московские ведомости».

Таким образом, этот исторический пример наглядно показывает, как стиль контекста может заставлять резонировать в тексте разные идеи, слова, смыслы, ценности. Они начинают выделяться и звучать более ярко, определяя восприятие текста аудиторией. Этот процесс может приводить к полному искажению смыслов, заложенных автором в тексте подобно тому, как лучи закатного солнца полностью меняют цвет Руанского собора на знаменитом полотне Клода Моне.

Сопоставительный анализ реакции на устную и письменную редакцию одного и того же текста, преподнесенных в стилистически разных контекстах, наглядно демонстрируют роль стилистических рефлексов при интерпретации текста. Безусловно, эта гипотеза требует дальнейшей разработки, но уже в 80-е годы были написаны диссертационные исследования (круг учеников Ю. В. Рождественского) о влиянии стиля газеты на восприятие информации в статьях [5; 9].

Великий режиссер Жан-Люк Годар уподоблял стиль внешности человека. Он говорил: «Для меня стиль – это внешняя сторона содержания, а содержание – внутренняя сторона стиля, как внешняя и внутренняя составляющая человеческого тела. Они всегда вместе, они не могут быть разделены» [14]. Форма может радикально влиять на содержание и определять финальный смысл. Импрессионисты на своих полотнах показывали, что человеческое тело может менять цвет: быть персиковым, как лицо Веры Мамонтовой на картине В. Серова «Девочка с персиками», или даже зелено-желтым, как лицо Марии Симонович, сидящей под сводами зеленых крон, на другом известном полотне того же живописца. Финальный цвет предметов определяют световые и цветовые рефлексy. Финальный смысл текста, как свидетельствуют исторические примеры, определяется стилистическими рефлексами контекста. Метафора, лежащая в основе предлагаемого нами термина «стилистический рефлекс», как представляется, удачно передает идею, что стиль контекста может принципиально изменить «внешность» какого-либо семиотического артефакта и заставить нас воспринимать его совсем не тем, чем он является на самом деле. Подобные закономерности должны быть учтены и при создании и при анализе ораторских речей.

### **Литература**

1. Волгин И.Л. Последний год Достоевского: Ист. зап. – М.: Сов.писатель, 1986. – 574с.
2. Достоевский Ф.М. Пушкин. (Очерк) произнесено 8 июня в заседании Общества любителей российской словесности // Достоевский Ф.М. Полное

542 собрание сочинений: В 30 т. / Ан СССР. Ин-т рус. литературы (Пушкин.дом). – Л.: Наука, 1984. – т. 26, С. 136–149.

3. Кони А.Ф. Из воспоминаний. Тургенев. Достоевский. Некрасов. Апухтин. Писемский. Языков. – В кн.: На жизненном пути: В 2т. Т.2. М., 1916.

4. Левитт, Маркус Ч.. Литература и политика: пушкинский праздник 1880 года [Пер. с англ.] СПб.: Гуманит. агентство "Акад. проект", 1994. 262с.

5. Наджиб Габрах. Сопоставительный анализ языка и стиля дореволюционных русских, советских и арабских газет: Дис...канд.филол.наук/ – МГУ им.М.В.Ломоносова. – М., 1980 – 341л.

6. Предвыборное выступление В. Путина: приоритеты политики // Сайт «Базы данных Фонда «Общественное мнение» [http://bd.fom.ru/report/cat/president2/putin/rating\\_Putin/dd040824](http://bd.fom.ru/report/cat/president2/putin/rating_Putin/dd040824) (Дата обращения 22.11.18)

7. Путин В. В. Выступление перед доверенными лицами // Официальный сайт Президента РФ <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/22393> (Дата обращения 22.11.18)

8. Рефлекс (ответ) // Свободная энциклопедия Википедия (дата обращения 22.11.18).

9. Рока Йолан. Типология стиля текстов массовой информации (на материале советской, венгерской, английской, американской и французской газет): Дис...канд.филол.наук/ МГУ им.М.В.Ломоносова. – М., 1977. – 309л.

10. Смолененкова В. В. Анализ Пушкинской речи Ф.М. Достоевского // Пушкинские чтения-2002. Материалы конференции. – М.: Гос. ИРЯ им.А.С.Пушкина, 2003. – С. 92–99.

11. Страхов Н. Н. Пушкинский праздник (Из "Воспоминаний о Ф. М. Достоевском"). – В кн.: Ф. М. Достоевский в воспоминаниях современников: Сб.: в 2т. Т.2. – М.: Худож.лит., 1964 С. 347–353.

12. Успенский Г.И. Праздник Пушкина: (письма из Москвы – июнь 1880) // Успенский Г.И. Полное собрание сочинений. Т.6. М., Изд-во АН СССР, 1953.

13. Black E. Rhetorical Criticism: A Study in Method. New York; London, 1965. XI, 177 p.

14. Godard, Jean-Luc // Сайт Academy of Motion Picture Arts and Sciences <https://www.oscars.org/governors-awards/2010/jean-luc-godard> (Дата обращения 22.11.2018)

*V. V. Smolenenkova*

## STYLISTIC REFLEXES OF CONTEXT AND TEXT INTERPRETING

*Annotation.* The article describes some case studies when the audience interpreted the oratorical speech unexpectedly and found those meanings in it that the orator has hardly put there. The author of the article states a hypothesis that the perception of the text is dramatically influenced by the context stylistics. These reasonings are also connected with reasonings on the nature of style, interrelation of form and content.

*Keywords:* style, text and context, stylistic reflexes, text analysis, Pushkin speech by F.M. Dostoyevsky.

## ОРАТОРСТВО КАК ВИД СЛОВЕСНОСТИ В РУССКИХ КЛАССИЧЕСКИХ РУКОВОДСТВАХ (НА МАТЕРИАЛЕ УЧЕБНИКОВ Н.Ф. КОШАНСКОГО И П.В. СМИРНОВСКОГО)

*Аннотация.* В статье анализируется эволюция жанра ораторства (ораторской речи) в классических учебниках риторики и словесности Н.Ф. Кошанского и П.В. Смирновского. Объяснение ораторства или ораторской речи в этих учебниках показывает, как развивалась русская научная мысль от начала XIX века до начала XX века в рамках риторики и словесности, которые являлись основными дисциплинами для обучения хорошей речи в русской школе.

*Ключевые слова:* ораторство, ораторская речь, риторика, словесность, эволюция.

Европейская государственная культура складывалась в античном полисе таким образом, что большинство спорных вопросов решались в публичной дискуссии, поэтому особое внимание уделялось умению говорить убедительно и красиво. В воспитании государственного человека большую роль играло искусство ораторской речи и формирование навыков управления собой и слушателями в процессе выступления перед публикой. Этот особый вид искусства возник в античной Греции и стоит подчеркнуть, что никакая другая древняя культура, как-то египетская, китайская или индийская, не уделяла такого пристального внимания вопросам воспитания публичной речи. Греки дали высокие образцы содержательного и стилистического совершенства диалектики и риторики как искусства устного публичного слова. Таким образом, именно в классической Древней Греции была создана наука об ораторском искусстве, или о публичном красноречии – риторика.

На Руси под влиянием греческой культуры появилось много слов, которые обозначали риторические понятия, например, *ветийство* (писалось через «ять») и различные «благословные» синонимы типа *благоязычие, доброе речие, красноглаголение, хитрословие, златоустие* др. Благодаря трудам М.В. Ломоносова слова *риторика* и *красноречие* определились как основные

544 | для обозначения науки и искусства публичной речи. Желая дать теоретические и практические советы «в пользу любящих словесные науки» [3: 89], он в 1743 году написал «Краткое руководство к риторике», которое было критически воспринято в Академии. В 1748 году им была подготовлена расширенная версия риторического учения под названием «Краткое руководство к красноречию», где автор изложил содержание риторики простым, ясным и образным русским языком. Таково было начало русской научной риторики, которая входила в состав «словесных наук».

Слово *словесность* впервые получило ясное толкование в Словаре Академии Российской 1789–1794 гг., после чего ученые стали активно пользоваться этим словом. При реорганизации филологического образования в России в начале XIX века появились многочисленные учебники словесности, в которых риторика объявлялась главной наукой словесности. В это время состав произведений словесности разделялся на две главные области: прозу и поэзию. Так, профессор Московского университета А.Ф. Мерзляков писал, что «разделение науки словесности на два рода: на прозаическое и на искусство стихотворное... основано не на одной наружной форме того и другого рода; оно зависит от существенного различия предметов и цели, которые предполагают себе оратор и стихотворец, одного намерение – научить, а другой имеет в виду особенно – удовольствие» [4: 5]. В основе такого разделения лежало классическое понимание родов и видов речи, которое имело древнее происхождение и было отражено в ранних русских риториках, однако именно в начале XIX века начинается оформление учения о родах и видах словесности, изложенного в частной риторике.

В учебниках риторики авторы представляли различные классификации родов и видов словесности. Рассматривая содержание словесности в учебниках, заметим, что эти роды и виды не были неизменными. Общественные условия и идеологические веяния оказали большое влияние на содержание словесности и риторики. Ораторское искусство как часть науки риторики являлось одним из основных видов словесности. Попытаемся исследовать эволюцию ораторского искусства или ораторских речей в учебниках Н.Ф. Кошанского и П.В. Смирновского, что позволит рассмотреть эволюцию развития словесности и риторики в XIX веке.

Во второй четверти XIX века риторика разделялась на две части: общую и частную. Это деление отражено в учебниках профессора русской и латинской словесности Царскосельского лицея Н.Ф. Кошанского: «Общая риторика» (1829) и «Частная риторика» (1832) (латинист Н.Ф. Кошанский полагал, что это слово надо писать через «е»). Риторика Н.Ф. Кошанского оказали главное влияние на разработку теории словесности 30–50-х годов XIX века. Его риторика характеризуются четкой композицией, ясным и сжатым стилем, наиболее подходящим к жанру учебного руководства. В «Частной ретори-



ке» Н.Ф. Кошанский наиболее подробно описал все роды и виды прозы для общественно-языковой ситуации этого времени, в том числе *ораторство*, которое вместе с другими видами словесности *письма, разговоры* (имеется в виду философский диалог как литературный жанр), *повествование* и *ученость* входило в состав классификации словесности.

Ораторство как особый род словесности, по мнению Н.Ф. Кошанского, есть «искусство даром живого слова действовать на разум, страсти и волю других» [2: 206]. Н.Ф. Кошанский показывает отличие ораторства от других видов прозы: ораторство живо и «в устах действует»; ораторство является изящным искусством, оно требует, кроме изобретения, расположения и выражения мысли, еще и языка действий. Для объяснения ораторства Н.Ф. Кошанский делает следующие дополнения:

1. содержание ораторства – это ораторская речь, в которой предлагаются похвалы героям, монархам, любви к отечеству, к добродетели, или высокие истины нравственные, или обвинения и оправдания и т.д. Ораторские речи у Н.Ф. Кошанского разделяются на древние и новые. К древним речам относятся торжественные, политические и судебные, а к новым – духовные и мирские;

2. цель ораторства состоит в том, чтобы «согласить различные мнения в одну мысль, различные страсти – в одно направление, различные желания – в единую волю» [2: 207].

Для описания ораторства Н.Ф. Кошанский использует три традиционные части риторического канона, каждую из которых в соответствии с классической традицией он называет «долгом», т.е. обязанностью ратора выполнить то или иное действие:

1. *ораторское изобретение* – первый долг оратора. Оратор должен прежде всего определить тему и цель, затем описать предмет и избрать правую или левую сторону этого предмета. Н.Ф. Кошанский указывает, как соединять тему с целью речи в разборе различных вопросов, так как это «важная тайна, которая невидимо будет иметь влияние на действие его речи» [2: 209]. В разных ситуациях, т.е. в разных ораторских речах, возможны разные предметы речи. Их автор учебника иллюстрирует примерами;

2. *ораторское расположение* – второй долг оратора. Оратор должен расположить содержание свою речь, и для этого в расположении возможны три части: 1) «Приступ, предложение, разделение»; 2) «Рассуждение: историческое изложение, или доказательства, и опровержения – существенная часть речи» [2: 211]; 3) Заключение. Каждой части дается определение с примерами в конкретных ораторских речах;

3. *ораторское выражение и декламация* – третий и последний долг оратора. Оратор должен уметь выразить свои мысли. Н.Ф. Кошанский подчеркнул, что «выражение ораторское не довольствуется *языком слов*, оно требует и *языка*

546 | *действий*», подразумевая под «действиями» произношение и телодвижение [2: 218]. Автор специально выделил декламацию, которая «есть изящное искусство произносить речи и стихи громким, выразительным и приятным органом, соглашая звуки слов с приличными движениями тела» [2: 219]. Декламация может быть трех видов: ораторская, поэтическая и театральная.

Н.Ф. Кошанский показывает примеры ораторских речей с разборами, включающими примеры духовных, торжественных, академических и судебных речей. Н.Ф. Кошанский перечисляет ораторов у древних, новых и в современной ему России, где «духовное красноречие всегда имело преимущество перед светским» [2: 237].

Полвека спустя в русской филологической науке наблюдается уже принципиально иная картина развития русской словесности, так как изменилась концепция курса словесности, что ярко проявилось в различных учебниках, например, «Учебном курсе теории словесности для средних учебных заведений» А.В. Савицкого (1884), «Теории словесности» Д.А. Рисова (1885), «Курсе теории словесности» И.А. Бойчевского (1886) и т.д.. Среди этих руководств особенно популярны были учебники словесности П.В. Смирновского, которые выдержали множество изданий. Так, у П.В. Смирновского вышли в свет учебники «Теория словесности» (1883) и «История русской словесности» (1904).

Отметим, что со второй половины XIX века, когда риторика была критикована и вышла из состава преподавания, ее идеи перешли в теорию и историю словесности. В учебнике «Теория словесности» П.В. Смирновского содержатся два большие части: понятие о литературном стиле как внешней стороне словесных произведений и понятие о литературных формах как внутренней стороне словесных произведений. Во второй части П.В. Смирновский выделил виды произведений прозаических и поэтических. В произведения прозаические входят произведения описательного характера, повествовательного характера и научного характера. В каждом разделе показаны несколько видов словесности, и произведения ораторские отнесены к произведениям научного характера. Видимо, что в это время классификация родов и видов словесности уже не была столь полна, как в начале XIX века.

В учебнике П.В. Смирновского уже отсутствует термин ораторство, но автор пишет об ораторских произведениях или ораторской речи. Определение ораторской речи дается в сокращенном виде: это – «рассуждение, произносимое перед слушателями с целью склонить их к определенному убеждению, возбудить в них известное чувство и направить к какому-нибудь решению их волю» [5: 76]. Здесь ораторская речь представляет собой только «рассуждение» и ничего не говорится об ораторстве как искусстве. Затем в учебнике следует общий обзор ораторской речи и оратора без подробной классификации видов ораторской речи. П.В. Смирновский затрагивает такие вопросы:

1. разные приёмы ораторской речи: оратор «то описывает и рассказывает, то объясняет и доказывает на основании фактов, то рисует красивые или трогательные картины и т.д.» [5: 76];

2. если оратор хочет возбудить в слушателях сильное чувство, то это будет – описание и рассказ; если оратор хочет направить волю слушателей к известному решению, например, заставить слушателей помогать бедным, то он «не предлагает им рассуждений, а рисует перед ними трогательные картины» [5: 77];

3. ораторские произведения представляют собой «соединение всех родов прозы и притом со своим специальным назначением» [5: 77], они приближаются «и к поэзии, так как дают место и лирическому элементу, и картинному описанию, и рассказу, и фантазии, почему нуждаются в художественности языка» [5: 77];

4. оратор должен уметь «воспользоваться всеми средствами слова», знать «свойство души человеческой души вообще и уровня собрания слушателей», как и угадать «настроение слушателей, характер известного момента и т.д.» [5: 78];

5. ораторские произведения бывают два вида: духовные и светские.

Нетрудно заметить, что ораторское искусство в учебнике П.В. Смирновского описано кратко и менее четко по сравнению с описанием ораторства в учебнике Н.Ф. Кошанского. Это говорит о том, как сместились на полвека интересы русских ученых-словесников: основной акцент перешел на художественную речь и даже в ораторстве П.В. Смирновский усматривает прежде всего «художественные» элементы. В учебнике П.В. Смирновского отсутствуют история ораторской речи, все описания ограничены материалами только отечественного ораторства. И самое главное то, что сам жанр ораторства в учебнике П.В. Смирновского уже не является самостоятельным, а только лишь видом научных произведений. Такая эволюция жанра ораторства, который исторически лежал в основании науки риторики, показывает характер развития риторики и словесности в русской школе.

В 1870–1890-е годы в русской школе выдвигались новые задачи: самостоятельное чтение произведений словесности, прежде всего, литературно-художественных текстов, и обучение речи слабо касалось формирования речевых навыков. К выполнению этих задач были отчасти приспособлены стилистические упражнения, однако в таком случае неизбежно лишалось методологической основы искусство риторики и постепенно утрачивалось «представление о том, что оно опирается на те же самые правила, которые в своё время излагал Н.Ф. Кошанский» [1: 41]. Теория словесности была ограничена произведениями художественной литературы, а классификация родов и видов словесности, как у Н.Ф. Кошанского, уже не имела значения к началу XX столетия.

548 | Таким образом, за полвека жанр ораторства в русской словесности постепенно стал менее значимым в русской словесности. И само слово *ораторство* перестало использоваться в учебниках, осталось только описание ораторского искусства и ораторской речи для обозначения ораторства как науки и самостоятельного вида словесности. Эти два влиятельных учебника показывают эволюцию жанра ораторства или ораторской речи в русской словесности, как и результат развития риторики и словесности в русской филологической науке.

### Литература

1. Зарифьян И.А. Теория словесности. Библиография и комментарий. – М.: Знание, 1990. – 64 с.
2. Кошанский Н. Ф. Риторика / В.И. Аннушкин, А.А. Волков, Л.Е. Макарова. М.: Издательский дом «Русская панорама»; Издательство «Кафедра», 2013. 320 с.
3. Ломоносов М.В. Краткое руководство к красноречию // Полн. собр. соч. Т. VII.– М., Л., 1952. – С. 89–378, 805–839.
4. Мерзляков А.Ф. Краткая риторика, или Правила, относящиеся ко всем родам сочинений прозаических. В пользу благородных воспитанников университетского пансиона. М., 1809.
5. Смирновский П.В. Теория словесности / Сост. М.Ю. Тихонов. М., 2009. 184 с.

### *Sia Lin*

*Annotation.* The article analyzes the evolution of the genre of oratory in textbooks N. F. Koshansky and P. V. Smirnovsky. In comparison with the explanation of oratory or public speaking in these textbooks, we present the development of rhetoric and literature in Russian philological science, which in the XIX century were important subjects in the Russian school.

*Keywords:* oratory, public speaking, rhetoric, literature, evolution.

## КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ДИНАМИКА РИТОРИКИ: ЭВРИСТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЭРИСТИКИ

*Аннотация.* В статье рассматривается концептуальное развитие риторической категории эристики от ее истоков в работах античных философов до интерпретации ее как эвристического метода, поведенческой и интеракционной доминанты. Эристика представляется как дискурсивная категория, определяющая тональность дискурса, механизмы и средства образования текста и художественного жанра.

*Ключевые слова:* риторика, эристика, софистика, эвристика, тональность дискурса, эристический дискурс.

*Эристика*, порицаемая Аристотелем как агональная составляющая софистической риторики [3], критически представленная А. Шопенгауэром как особый способ мышления и рассуждения (эристическая диалектика) [22], сегодня рассматривается в основном как «техника победы в споре порицаемыми средствами» [12], как проявление некорректного речевого поведения, агрессивного коммуникативного прессинга. Целью коммуникантов-эристов считается не столько регламентированное противостояние в вербальном общении и взаимодействии, сколько попытка установления интеллектуального превосходства [11; 19].

Такая узкая интерпретация эристики ограничивает, на наш взгляд, ее эвристический потенциал как особой антропоцентрической – философской, психологической и интеракционной – категории. С возрождением (нео)риторики как науки о публичной (институциональной) речи и расширением ее границ в свете теории речевого воздействия [21] возрастает значимость эристической эристики для теории аргументации / убеждения и речевой интеракции, позволяет представить эристику как релевантный когнитивно-социолингвистический концепт. Под эвристической эристикой мы понимаем определенный тип сознания и мышления, интенционально ориентированный на отрицание вообще и отрицание канонов в любой области их существования, «бунтарский дух», позволяющий нетрадиционно и даже конфронтационно воспринимать определенные нормы, вступая с ними в творческий, эвристический диссонанс.

Цель доклада – представить эвристический потенциал «эвристического способа мышления и выражения» и его значимость для теории речевого взаимодействия и рассмотреть эристику в следующих ипостасях: 1) когнитивно-эвристический феномен; 2) интересубъективный тип речевого поведения; 3) коммуникативная модальность (тональность); 4) прототипический текстообразующий механизм; 5) генотип дискурсивного жанрового родства.

Основания для такого исследовательского профилирования восходят к моменту рождения рассматриваемого понятия-термина – к античности.

### **1. Истоки эристики**

Следуя распространенному клише, Эристика в античной гносеологии – искусство спора и агональная речевая практика – противопоставлялась Диалектике (доказательной аргументации) и, как правило, сопутствовала Софистике, которая в свою очередь рассматривалась как искусство интеллектуальной эквилибристики, манипуляции, направленной не на поиск истины (Диалектика), а на извлечение собственной выгоды, умения доказать недоказуемое («слабый тезис сделать сильным») [3: 535; 10: 643]. В концепциях «античной Троицы» (Сократ, Платон, Аристотель) эристика представлялась манерой убеждения, основанной не столько на доказательной аргументации (диалектика) или пространных рассуждениях (софистика), сколько на агональных, конфронтационных приемах одержания победы над оппонентом [20]. Однако критерии такого деления в работах антиков пропедевтически абстрактны, далеки от доказательности, а расхождения в способах (техниках) аргументации, убеждения и воздействия между диалектикой, софистикой и эристикой противоречивы (или их вовсе нет), объемы и содержание этих категорий пересекаются и частично совпадают [7]. Диалогичность и агональность античной культуры пропитывала риторику как искусство (*techne*), включающее техники и способы убеждения, формы воздействия на аудиторию, оказываемого с учетом особенностей последней и в целях получения желаемого эффекта в виде «формирования новых либо модификации изначальных стереотипов восприятия и поведения» [1:10]. Но, с точки зрения платоников, и сама риторика противопоставлялась диалектике (см., напр., [17: 317]) и отождествлялась с софистикой (диалоги Платона “Федр”, “Горгии”, “Республика” и др.) как переход от чистой онтологичности познания *de re* (от предмета познания) к обстоятельствам (этосу) *de dicto* (процесс аргументации), связанным с эффективностью убеждения: учет аудитории, ее интересов, мотивов, иерархии аргументов (топосов) и т.д. Очевидно, что платоникам видится в риторике влияние софистов с их антропоцентризмом (ср. Протагор: «Человек – мера всех вещей»). Именно принцип антропоцентризма объединяет софистику и эристику, придавая «поиску истины» интересубъективный характер. Отличает эристику абсолютизация этого принципа, отождествление опровергаемого суждения с его продуцентом, с негативным отношением к оппоненту. Таким

образом, дифференциация Диалектики–Софистики–Эристики лежит в области этики и касается в первую очередь «плана выражения», если подходить к этой проблеме с позиций семиотической эпистемологии [4]. Эвристические приемы не были чужды ни Сократу с его иронической майевтикой и квази-апофатической теологией, ни Аристотелю с его апелляцией к диалектическим уловкам. Антропоцентризм и интерсубъективность составляют основу эристики, выступающей в качестве эвристического элемента познания, проявляющегося, например, в принципе «ученого незнания», берущего начало в сократовской майевтике (рождение истины в вопросно-ответном диалоге), в модели проблемной ситуации и др. [23].

## **2. Эристика как эвристика (метод познания)**

Эристика как эвристический метод подпитывается такими доктринами как скептицизм, цинизм (кинизм), нигилизм, основанными на релятивизме софистов [17]. Эвристическое зерно, содержащееся в этих достаточно маргинальных в философии течений, в том, что подчеркивал еще Сократ в своем ироническом «знании в незнании» («Я знаю, что ничего не знаю»), – то есть в стремлении к парадоксальности, в порождающем творчество сомнении, в отрицании любого «а priori» или «истины в последней инстанции». Эта спонтанная эристика, серендипность (спонтанная интуиция) провозглашает приоритет релятивизма над позитивизмом, иррационализма над рационализмом, что в полной мере проявилось в постмодерне XX столетия и имело значение не столько для философской диалектики, сколько для ее этических и социокультурных рамок. Во времени и в пространстве эристическая мысль прорастает трудами А. Шопенгауэра, Ф. Ницше, З. Фрейда, Ю. Хабермаса, М. Фуко, Ж. Дерриды, Ж. Делеза и др. По мере осмысления эристика как концепт перерастает пределы квазиаргументативного спора, превращаясь в категорию гносеологической (мировоззренческой) значимости. Культурологическое значение эристики подчеркивает И.В. Кондаков: «В кризисные, “смутные” эпохи, на “сломе” эпох именно эристика, создавая “зону ценностно-смысловой неопределенности” и апеллируя к модусу открытости, размывает критерии оценки и границы между различными сферами, способствуя радикальной переоценке ценностей, пересмотру готовых стереотипов и клише, помогая преодолеть конфликт интерпретаций. В этом состоит не только деструктивное, но и позитивное содержание этой разновидности социокультурной напряженности...» [9: 223]. В полной мере в этом качестве эристика проявляется в философии постмодернизма в идее деконструкции формы и нормы (Ж. Деррида), в череде апорий, нивелирования иерархических оппозиций, возведения низшего к высшему и низвержения высшего к низшему и т. д. В самом общем плане теория постструктурализма — это выражение философского релятивизма и скептицизма, «эпистемологического сомнения», являющегося по своей сути «теоретической реакцией на пози-

552 | тивистские представления о природе человеческого знания» [8: 8]. В методе деконструкции каждому нормативному понятию соответствует внутреннее противоречие, например, вежливость как норма поведения предусматривает «следование правилам и одновременно свободу импровизации без правил» [6: 23]. Однако философский трансцендентный потенциал эристики питает не только постструктуралистскую семиотику Барта, Кристевой, Дерриды, Фуко, разворачивающуюся в пространстве Текста и Дискурса, он оттеняет категориальную и «технологическую» значимость эристической эвристики для процессуальности интеракциональной лингвистики [2], которая сегодня обращается к когнитивной сущности (нео)риторики для сведения различных феноменов в единое целое в рамках концепта эристического дискурса [14].

### **3. Эристика как intersubъективный тип речевого поведения**

Проявления эристики в речевом взаимодействии могут быть далеко не так абстрактны и маргинальны с точки зрения частотности и функциональной значимости, потому что интеллектуальное и эмоциональное несогласие – такой же важный компонент диалога, как интеллектуальное и эмоциональное согласие, т.е. нарушение (часто внешнее) правил вежливости, эмпатии, обеспечения максимальной комфортности (наименьшего усилия) интерпретации сообщения. В обыденной и институциональной коммуникации агональность и конфронтация, конфликт и (не)речевая агрессия являются контекстными константами (онтологией) эристического речевого поведения [14]. Такое поведение имеет эндогенную и экзогенную обусловленность. Внутренняя, эндогенная эристика присуща определенному интеллектуально-психологическому складу, внешняя, экзогенная – определяется институциональными обязательствами. Интеллектуальная (эвристическая – см. выше) эристика ставит под сомнение смысл, психологическая – определяется складом характера и коммуникативной ролью. По типологии Э. Берна, эристическое поведение свойственно психологической позиции «Ребенка» (в системе «Родитель» – «Взрослый» – «Ребенок»), инфантильному, провокационно-людическому (но также и провокативно-креативному) поведению [5]. Институционально-связанная эристика характерна для дебатов, дискуссий, интервью и т.д. Исследованный нами корпус предвыборного дискурса французских политиков [15] дает основание, помимо всего прочего, утверждать, что институциональная эристика пересекается (но не всегда совпадает) с явлениями, называемыми понятийно-оценочной терминологией: речевая агрессия, коммуникативный конфликт, агональность и т.д. В основе таких терминов лежит идея нарушения конвенции (нормы). Однако эристика не всегда связана с «агрессией», «нарушением» или «пренебрежением» норм этики, кооперативного общения и т.д. Скорее мы имеем дело с категориями, представленными П. Бурдьё в понятиях габитуса ('habitus'), символической власти ('symbolic power') и символического насилия ('symbolic violence') (см.,



напр., [16]). Речевое поведение определяется менталитетом (сознанием) – когнитивными установками (стереотипами) – и ситуативными когнитивными моделями («контекстуальными моделями», по Т. ван Дейку). В такой перспективе многие эристические языковые формы, не только в институциональном, но и в обыденном общении, оставаясь эристическими, теряют статус «рече-агрессивных» (инвективы, прозвища, т.н. «отсылы», бранная лексика и т. п.) [13]. Можно ли считать невежливым (или действительно агрессивным) требование учителя к провинившемуся ученику «Выйди вон!» («не-вежливость», по К. Кербрат [18]) или обращение «Дурачок, люблю я тебя»? Часто инвективная лексика подвержена прагма-семантической конверсии [2], когда в определенном контексте (ситуации) меняется оценочный смысл речезыковой формы. Десемантизированные и прагматизированные изначально бранные формы в русском просторечии (русские постпозитивные «артикли»), типа «-на», «-б/мля» и т.п. или в роли местоимения («какой-то хрен пришел» и т. д.), в английском речевом узусе – «f.ck» и «f.cking», во французском – «p.tin», «m.rde» «m.rdique», «con», «connerie» – становятся полифункциональными интеракциональными маркерами (персуазивный элемент, междометие, маркер интерперсональной и / или социальной идентичности и т. д.) и т. д. [2;13]. Их эристичность не всегда «агрессивна» интенционально (с точки зрения говорящего) и состоит в нарушении речевой нормы, этикета и т. п. Однако она может восприниматься как эристическая реципиентом, если вызывает у него чувство неловкости, презрения, провоцирует возмущение и протест. Даже сленговые формы и просторечие могут восприниматься как «вызов», провокация (см. ниже). Номинации эристических форм поведения в сопоставляемых нами русском, французском и английском языках имеют развитую номинативную парадигму.

Коммуникативная эристика в нашем понимании – это прежде всего неконвенциональная коммуникация, то есть интенционально направленная адресату девиантная форма (аномалия) плана выражения или плана содержания, создающая внутреннее напряжение (вызов, провокацию) в восприятии и интерпретации речезыковой формы.

#### **4. Эристика как дискурс: тональность, текстовый и жанровый генотип**

Под эристическим дискурсом нами понимается ненормативная коммуникация, содержащая «отрицательные компоненты», аномальные, несущие в себе вызов речезыковой форме либо в плане интеракциональном (нарушение правил речевого взаимодействия, вызывающее речевое поведение – невежливость, грубость и т. д.), либо с точки зрения содержания и/или его релевантности (неприятная, болезненная тема, идеологические разногласия или психологический конфликт и т. д.), либо в плане номинативно-стилистической нормы (нарушение языковой нормы в фонетике и просодике, грамматике, номинации – языковая игра, окказионализмы и т. п.).

Эристический дискурс может дифференцироваться по разным критериям, например, быть устным и письменным, диалогическим и монологическим, диалогичным и монологичным (об этих оппозициях см. [2:137]). Уже эти три параметра имеют свои особенности в эристической коммуникации. Иллокутивное вынуждение (стимул – реакция) и иллокутивная значимость речевых актов (шагов) в иллокутивных парах в обыденном диалоге (споре, конфликте) строится по автоматизированным схемам. Достаточно схематично и их пропозициональное наполнение, определяемое рамками дискурсивной онтологии. Аутентичный устный эристический диалог полимодален, обладает своей мимической и жестовой конвенциональностью и кинесетической хореографией [15]. Другое дело – эристический дискурс художественного произведения. Литературная эристика имеет различные измерения: 1) жанровое: памфлет, сатирический (плутовской и т.д.) роман, иронический детектив, комедия, сказка, анекдот и т.п.; 2) стилистическое (юмор, сарказм, ирония и т.д.); 3) тропологическое (оксюморон, антанакласис, зевгма, каламбур, тавтология, плеоназм). Дискурсивные и номинативные стратегии нарративного эристического дискурса требуют отдельного пристального рассмотрения. Остановимся лишь на некоторых моментах. Главным положением выдвигаемой нами теории является постулирование интеракциональной природы художественной наррации, в которой отправитель текста («нарратор») адресует сообщение (текст) виртуальному адресату («фиктивному читателю»). В художественном нарративном эристическом дискурсе можно отметить наличие субъект-субъектной и субъект-объектной эристической интенциональности. Другими словами, эристика может проявляться диалогичностью (прямая адресация к читателю, полифония, двухголосье, многозначность и т.д.). Кроме того, оба эти измерения характеризуются эпатажем, вызовом, шокированием читателя, его благопристойного (в культурологии постмодерна – «буржуазного»), «положительного лица». Эристичность и диалогизм нарратива из последнего отрывка заключается не только в эпатажных сравнениях и их «несочетаемостной сочетаемости», но и в прецедентности юмора, непонятого, т.е. угрожающего «положительному лицу» человека. В вовлечении субъект-субъектного интеллектуального и психологического противоречия (когнитивно-эвристического диссонанса) в контекст того или иного дискурса (обыденного, институционального, художественного) состоит сущность эристики как интеллектуально-эвристического феномена и категории интеракциональной лингвистики.

### **Литература**

1. Авеличев А.К. Возвращение риторики // Ж. Дюбуа и др. Общая риторика. М.: Прогресс, 1986.
2. Актуальные аспекты интеракциональной теории языка. Коллективная монография /Алферов А.В. и др. Пятигорск: ПГЛУ, 2013.

3. Аристотель. О софистических опровержениях. Т. 2. М.: Мысль, 1978.
4. Барт Р. Основы семиологии // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму / под ред. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 2000.
5. Берн Э. Игры, в которые играют люди. М.: Специальная литература, 1996.
6. Деррида Ж. Страсти // Эссе об имени. СПб.: Алетейя, 1998.
7. Ивин А.А. Основы теории аргументации. М.: ВЛАДОС, 1997.
8. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996.
9. Кондаков И.В. К современной философии истории // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2017. № 4–2 (10).
10. Платон. Собрание сочинений в 4-х томах. Т.1. М.: Мысль, 1990.
11. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М.: Добросвет, 1997.
12. Рузавин Г.И. Логика и аргументация. М.: ЮНИТИ, 1997.
13. Тамразова И.Г. Метаязыковая рефлексия в языковой картине мира // Исследования в контексте профессиональной коммуникации. Тамбов, 2014.
14. Тамразова И.Г. Когнитивное пространство эристики // Когнитивные исследования языка. 2016. № 26.
15. Тамразова И.Г. Полиmodalность французского эристического дискурса: опыт интеракционного исследования // Политическая лингвистика. 2018. №4 (70).
16. Bourdieu P. Doxa and common life // New Left Review, no 191, 1992.
17. Boyarin D. The Scandal of Sophism: On the Epistemological Seriousness of Relativism // Common Knowledge. V. 13, 2–3. Spring-Fall: Duke University Press, 2007.
18. Kerbrat-Orecchioni C. L'impolitesse en interaction // Lexis, HS 2. 2010.
19. Laar J.A. Argumentative Bluff in Eristic Discussion // Argumentation. 24. 2010.
20. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique. Bruxelles: Ed. De l'Université de Bruxelles, 1983.
21. Robrieux J.-J. Eléments de rhétorique et d'argumentation. P., Dunod, 1993.
22. Schopenhauer A. L'art d'avoir toujours raison ou Dialectique éristique. Strasbourg: Circé, 1999.
23. Tamrazova I.G. Eristic as a component of rhetoric // Modern Science. 2016. № 9.

*I.G. Tamrazova*

### **CONCEPTUAL DYNAMICS OF RHETORIC: HEURISTIC INTERPRETATION OF ERISTIC**

*Annotation.* The article deals with the conceptual development of the rhetorical category of eristic from its origins in the works of ancient philosophers to its interpretation as a heuristic method, behavioral and interactive dominant. Eristic is presented as a discursive category that determines the tone of discourse, mechanisms and means of text and art genre formation.

*Keywords:* rhetoric, eristic, and the sophistry, the heuristic, the tone of the discourse, eristic discourse.

## О НОВОМ НАПОЛНЕНИИ СТАРЫХ РИТОРИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ

*Аннотация.* В статье рассматривается вопрос о содержании одной из тем курса риторики, а именно темы «Основные риторические категории». Предлагается в процессе изложения этой темы студентам филологических факультетов вуза и факультета журналистики добавить к традиционно сообщаемым сведениям ряд новых положений. Так, сведения о риторическом этосе предлагается дополнить сведениями о политической корректности и имиджелогии. Сведения о риторическом пафосе могут быть дополнены сведениями о таких феноменах, как теория и практика PR, речевая агрессия и речевое манипулирование и некоторыми другими. Изложение сведений о риторическом логосе предлагается дополнить, в частности, сведениями о теории коммуникации, постулатах хорошей речи и имплицатуре дискурса.

*Ключевые слова:* риторические категории, этос, пафос, логос, имиджелогия, PR, речевая агрессия, речевое манипулирование, имплицатура дискурса.

**Р**иторика обладает огромной прогностической силой: в ней в той или иной форме оказалась заложена программа развития лингвистики на столетия вперед. Причем это «предсказательское» дарование становится все более очевидным именно сейчас – в начале XXI вв. Доказательства у нас такие: относительно недавно – во второй половине XX в. – оформились многие направления коммуникативной лингвистики, которые риторика предсказала уже в системе своих базовых категорий. Осмелимся также предположить, что далее риторика покажет себя провозвестницей самого актуального сейчас когнитивного направления в лингвистике. Главное, чтобы нашлись люди, которые смогут продемонстрировать, что многое из того, что говорится, и того, что еще только будет сказано в области лингвокогнитивных исследований, уже представлено в риторике, например, в неподъемной для современного читателя форме у того же Аристотеля в его «полунепрочитанном» трактате «Топика» [2].

Вернемся, однако, к коммуникативному направлению в современной лингвистике. Нам хотелось бы показать, что многое в науке о языке, возникшее в рамках этого направления, вполне логично укладывается в рамки классической риторической теории, дополняя и «освежая» ее. Главным образом речь пойдет, как уже было сказано, о базовых риторических категориях этоса, пафоса и логоса и их современном наполнении.

Этос – это риторическая категория, которая, как известно, регулирует слова оратора таким образом, чтобы публике его речь показалась уместной и приятной и, не дай бог, не обидела. Для этой цели оратору следует учитывать нравы и привычки тех, к кому он обращается. Здесь кажется уместным привести удивительно актуальную рекомендацию оратору, которая отражала политическую практику античной Греции: *если оратор оказался в городе, где сохраняется демократическое правление, надо ему хвалить ценности свободы; если он там, где правит тиран, пусть хвалит стабильность и безопасность; если он в городе, живущем под властью олигархов, пусть одобрительно говорит о деньгах и богатстве; если он оказался там, где во главе государства аристократия, пусть для него наивысшими ценностями станут порядок и законность*. Ср. очень похожие по духу построения современного американского философа Кена Уилбера, который выделяет в эволюции человечества три стадии: эгоцентризм, когда во главу угла человек ставит свои и только свои интересы и легко их меняет, этноцентризм, когда главное – это интересы рода, семьи, нации и т.д., и мироцентризм, когда самым главным для человека становятся идеалы всеобщие – экологические, связанные с реализацией прав человека и т.д. Уилбер, между прочим, выводит причину победы Д. Трампа на президентских выборах в США из того, что адепты мироцентризма из демократической партии оказались «не на высоте» и верх взяли сторонники этноцентризма [11].

Понятно, что риторический этос, будучи широкой по охвату категорией, выражается не только в рекомендациях о чем говорить, он прослеживается, прежде всего, в выборе аргументов: аргументы к традиции, авторитету, вере – вот аргументативная область риторического этоса. (Ср.: аргументы к жалости, состраданию, страху – это область пафоса.) Этос проявляется и в выборе слов, интонаций, стилистических регистров. В последнем случае он «делит» текст с категорией логоса.

Мы, однако, хотим обратить внимание на современные теории, которые, по сути, являются интеллектуальными дочерьми этоса. Речь идет о явлениях политической корректности и имиджелогии. Здесь мы не можем говорить об этом подробно, наша цель скромна – указать место, где эти концепции могут включаться в систематическое изложение основ риторики. С другой стороны, любой преподаватель может говорить о них в меру своих предпочтений. Отраднo было бы только, если бы он не стал прибегать к упрощенному – анекдотическому даже – истолкованию феномена политической корректности и с сомнением отнeся к приписываемого ей страусиному принципу: нет слова, которое кажется неприятным, – нет явления, обозначенного этим словом. Этот вид умолчания проходит по другому ведомству: он из огорчительной практики тоталитарных режимов. Политическая корректность не столько запрещает называть негра негром, сколько учит находить такие

558 | средства выражения, которые бы не были неприятными кому бы то ни было. Пусть обходительность сейчас как-то не в моде, она, мы уверены, должна быть абсолютным поведенческим императивом в учебной среде и в среде масс-медиа. При этом ни в коем случае нельзя поступаться точностью в выражении понятий и смыслов... (подробнее о политической корректности, а также литературу по вопросу см., например, в [4]).

Так же пренебрежительно иногда, как нам кажется, говорят об имиджологии. В ней видят искусство создавать маски, которые лживы априори. Увы, в этом есть доля истины. Имиджология, однако, если она честна, гораздо содержательнее. Она нужна, прежде всего, как исследовательская практика. Кто составляет аудиторию преподавателя или журналиста? Каким их слушатель видит тех, кто перед ним? Все это вопросы имиджологии. Не только этой науки, конечно, но и социологии, психологии, даже философии. Имиджология нужна и как теория, если так можно сказать, жизнестроительства, т.е. формирования таких социальных стереотипов, которые будут воспроизводиться в обществе. В этом имиджология соотносится не только с риторическим этосом, но и риторическим пафосом. См. подробнее об имиджологии в [10].

Чрезвычайно многочисленна группа «наследников» риторического пафоса. Сам по себе риторический пафос «отвечает» за то эмоциональное, чувственное восприятие предмета речи, которое должно сложиться у публики, внимающей словам оратора: преподавателя или журналиста. В узком смысле риторический пафос, как уже отмечалось, охватывает область специфической аргументации, способной вызывать чувственное отношение к предмету речи. К числу наследников риторического пафоса можно отнести теорию и практику PR (см. подробнее в [12]). Если имидж – это часто маска, которую индивид сам надевает на себя, делая это сознательно или бессознательно – под воздействием актуальных социальных образцов, то PR целенаправленно формирует эти маски, заставляя публику поверить в них. Как нам кажется, основным приемом создания PR-работы и формирования чужого имиджа является система сообщений о деятельности «разрабатываемого» лица или группы лиц. Их действия могут показываться как негативные или позитивные, а публика – в полном соответствии с аристотелевским пониманием пафоса – должна сама оценить людей, о деятельности которых им рассказывают, не заметив, что ей эти оценки навязали. Степень подробности освещения вопросов PR при чтении курса риторики может быть различной – зависящей от профессиональной направленности слушателей.

Одним из монструозных отпрысков риторического пафоса можно считать явление именуемое «возбуждением ненависти». Это явление политическое, юридическое, идеологическое и только в формальном отношении лингвистическое. Кроме последнего, иные названные аспекты этого явления мы комментировать не можем – остается только сказать о прискорбной и чрез-

мерной актуальности этого феномена. Среди важнейших черт «возбуждения ненависти» назовем тотальность высказывания, т.е. приписывание неких негативных черт всей совокупности обсуждаемых объектов, наличие призыва осуществить негативное воздействие на эти объекты, недостоверность сообщаемых об этих объектах сведений, а также то, что можно назвать неадекватной центрацией концепта, т.е. акцентуация отдельных черт объектов и игнорирование их других качеств (см. подробнее в [9]).

Сходными типами современных репрезентантов риторического пафоса являются феномены речевой агрессии [8] и речевого манипулирования [7].

Более мирными ответвлениями риторического пафоса можно считать рассматриваемые в специальной литературе наборы коммуникативных стратегий и тактик. Остановимся на одном таком наборе, актуальном для преподавания и отчасти апологетической журналистики. На наш взгляд, в этот набор входят такие коммуникативные стратегии, как мелиорация материала, подчеркивание его значимости (ее реализуют речения типа *очень важно, что ..., необходимо заметить, что ...* и др.), интимизация материала (выражается в формулах *очень интересно, что ..., любопытно отметить, что ...,* сюда же относится стратегия подчеркивания прагматической значимости излагаемого материала. (О коммуникативных стратегиях и тактиках см. подробнее, например, в [6].)

Риторический логос – это, пожалуй, самая «популярная» риторическая категория. Об этом свидетельствует множество ее традиционных и современных интерпретаций. «Соприродной» этой риторической категории является наука логика и вообще учение о построении и изложении мысли правильным и ясным способом. В этом смысле категория логоса реализуется в концептуально-логической аргументации. Есть и другие ответвления риторического логоса. Именно область логоса стала, как нам кажется, основным содержанием словесности и стилистики как особых отраслей филологического знания. Говоря о стилистике, хотелось бы отметить раннюю интерпретацию стилистики – еще не функциональную, а скорее, экспрессивно-тематическую. Всем известна, откровенно говоря, огрубленная разновидность этой стилистики – так называемое учение о трех стилях. Античные источники дают несравненно более богатую палитру экспрессивно-содержательных стилей, см., например [3].

Риторический логос объективировался и в близких стилистике учениях о базовых режимах изложения, т.е. в автологии и металогии. Последняя, как нам кажется, исследована лучше: выделены многочисленные ее разновидности – от логодедалии до бомбаста.

К области риторического логоса относится и известное учение о качествах речи, получившее развитие в русской риторике (см. подробно в [1]).

Современным и в некоторой степени парадоксальным развитием учения о качествах речи является теория коммуникации и, в частности, широко извест-



560 | ные постулаты хорошей речи Г.П. Грайса [5]. Грайс, как известно, предлагал говорить не больше, чем нужно (постулат количества), не лгать (постулат качества), не отклоняться от темы (постулат релевантности), избегать непонятных выражений (постулат ясности). Парадоксальность его теории в том, что «нормальный» текст, т.е. текст, который мы можем признать прагматически адекватным, неизбежно нарушает названные выше постулаты. В самом деле, мы с трудом находим академическую ясную речь, а уж об искреннем, правдивом журналистском тексте можно ли даже мечтать? И это, конечно, не недостаток современной академической речи или журналистики. Это их конструктивная особенность – не может же журналистский текст, точнее, политически ангажированные его концепты – не могут они не звучать часто, ведь в частом их повторении – залог их воздействующей силы... Но, как известно, ты сказал один раз – я поверил, ты сказал два раза – я усомнился, ты сказал три раза – я понял, что ты лжешь. Вот почему представления об имплицатуре дискурса, позволяющие увидеть истинные намерения говорящего и в быту, и в сфере масс-медиа, нужны и хотя бы в теоретическом плане должны быть изложены в курсе риторики. Место им мы нашли – оно в изложении вопроса об основных риторических категориях.

Подведем итог. Базовые риторические категории этоса, пафоса и логоса оказываются сложноорганизованными структурами. Помимо центральной части, представляющей собой набор соответствующих аргументов, они включают метонимически связанные с их функцией наборы дискурсивных и собственно языковых средств. Периферия категорий детализируется в многочисленных древних и новых теориях, перечень которых мы стремились представить, осознавая, что он заведомо неполон. В любом случае, однако, риторика и здесь доказывает свою прогностическую силу, демонстрирует такую особенность гуманитарного знания, как способность воспринимать все новое, сохраняя все старое и проверенное временем.

### Литература

1. Аннушкин В.И. История русской риторики. Хрестоматия. М.: Флинта, Наука; 2011. 416 с.
2. Аристотель. Тописка // Аристотель. Сочинения в 4 томах. Т. 2. М.: Мысль, 1978. С. 349–532.
3. Деметрий. О стиле // Античные риторика. М.: Изд. Московского университета, 1978. С. 237–285.
4. Герасименко Д.В. Политическая корректность и стратегия вежливости // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2011. С. 49–55.
5. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217–237.



6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: URSS / УРСС; ЛКИ, 2008. 288 с.
7. Копнина Г.А. Речевое манипулирование. М.: ФЛИНТА, 2012. 170 с.
8. Майданова Л.М. Агрессивность и речевая агрессия // Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. Екатеринбург: Изд-во Урал. унта, 1997. С. 9–13.
9. Осадчий М.А. Русский язык в судебном процессе: Книга для судебных лингвистов-экспертов, журналистов, политиков, специалистов по рекламе и PR. М.: URSS, 2018. 256 с.
10. Почепцов Г.Г. Имиджология (2-е изд.М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. 698 с.
11. Уилбер К. Трамп и эпоха постправды. М.: Манн, Иванов и Фербер. 224 с.
12. Шейнов В.П. Пиар «белый» и «черный»: Технология скрытого управления людьми. Мн.: Харвест, 2006. 672 с.

*M. I. Tarasov*

#### **ABOUT THE NEW FILLING OF THE OLD RHETORICAL CATEGORIES**

*Annotation.* The article deals with the content of one of the topics of the rhetoric course, namely the topic "main rhetorical categories". It is proposed to add a number of new provisions to the traditionally reported information in the process of presenting this topic to students of philological faculties of the University and the faculty of journalism. Thus, information on rhetorical ethos is proposed to be supplemented with information on political correctness and imagology. Information about rhetorical pathos can be supplemented with information about such phenomena as the theory and practice of PR, speech aggression and speech manipulation, and some others. The presentation of information about the rhetorical logo is proposed to supplement, in particular, with information about the theory of communication, the postulates of good speech and the implicature of discourse.

*Keywords:* rhetorical categories, ethos, pathos, logo, imagology, PR, speech aggression, speech manipulation, discourse implicature.

## ЖАРГОННЫЙ ДИСКУРС И ТЕКСТОПОРОЖДЕНИЕ

*Аннотация.* В статье рассматривается феномен текстопорождения в жаргонном дискурсе и влияние этого процесса на литературный язык. Выделяются основные тенденции в порождении текста в жаргонном дискурсе (например: стеб, прикол), описываются их языковые, прагматические и культурологические особенности. Автор приходит к выводу об усилении влияния иронии и смеховой традиции в современном процессе текстопорождения.

*Ключевые слова:* текстопорождение, жаргонный дискурс, стеб, прикол.

Слово «стеб» этимологически связано с глаголом *стебать* (хлестать, стегать, бить плеткой, прутом). «Стебать стебать́ а́ю "стегать", курск., орл., "уплетать, уписывать, есть", курск. (Даль), "бить, хлестать"; "выпить водки, есть борщ", донск. (Миртов); ср. в семантическом отношении хлеста́ть; стёбка "прут", укр. стіба́ти, стібну́ти "хлестать", постіба́ти "постегать", стебну́ти, стебнува́ти "стегать", блр. сцеба́ць, сцебну́ць "хлестать, пить", сцеб "розга", также в знач. межд., передающего битье, польск. pańciebać "нанизать"..."»

[1] В жаргонном дискурсе слово *стеб* (*стебак*) имеет следующие значения  
1. *стеб* – подиучивание, разговор иронического содержания, имеющий целью смутить собеседника. 2. *стеб* – шутка, юмор, сатира.

Истоки стеба как культурного явления лежат в области смеховой культуры, наиболее ярким воплощением которой, в соответствии с известной теорией М.М. Бахтина, стал карнавал. Черты карнавального мироощущения, в котором, по мнению М.М. Бахтина, «вольное фамильярное отношение распространяется на все: на все ценности, мысли, явления и вещи» [2:209]. В стебе, как можно заметить, такое отношение к реальной действительности очевидно. «Карнавал сближает, объединяет, обручает и сочетает священное с профанным, высокое с низким, великое с ничтожным, мудрое с глупым», – подчеркивал Бахтин [2:209]. Стеб изначально, как действенный полемический прием и яркое экспрессивное и оценочное средство, начал активно использоваться в политической журналистике, что обусловлено направленностью стеба на ценностное снижение «объекта» стеба. Например: *А голая правда в политике может вызвать только энурез! / – А у мелких политиков самые высокие пьедесталы! / – У бога демагогии раздвоен язык! / – Идеальная точка зрения – это предвыборный*

плакат! (<http://pozitiv11.ru/aforizm/kороткие-politicheskie-shutki-i-aforizmyi>) Президент Венгрии пришлет открытку со словами "Добро пожаловать, а то мы заждались!" нарочным, по факсу, мылом, скайпом, ватсапом, эсэмской и просто вывесит огромный баннер лицевой стороной вверх на центральной площади – чтобы было видно с высоты в 20 километров. И красную звезду на всякий случай... (<https://idrussia.livejournal.com/176347.html>). Безусловно, стеб – эффективное средство разрушения идеологических стереотипов и идеологем.

В настоящее время в речевой практике «антилогическая» направленность стеба делает его одним из популярных приемов в разговорной и литературной речи, например в языковом пространстве СМИ, интернет-коммуникации, художественной литературе. Используют стеб, как правило, в защиту определенных политических, идеологических и правовых ценностей, что делает его прагматически оправданным. В другом случае стеб может быть средством привлечения внимания аудитории и/или средством «языкового самовыражения» и создания узнаваемого имиджа. Для стеба важным компонентом интенции является элемент самоутверждения, выражения превосходства. Эта коммуникативная установка на «завоевание первенства» характерна для жаргонного дискурса, и она совпадает с современным «языковым трендом».

Феномен стеба характерен как для массовой, так и для элитарной культуры. Маргинальный стеб распространился благодаря популярности так называемых «желтых» СМИ и прямому влиянию жаргонного дискурса. Маргинальный стеб всегда обращен к низкой традиции, «к телесному низу». При этом можно предположить, что различие стеба одной субкультуры от стеба другой заключается в уровне сложности его интеллектуальной организации и интенциональной направленности. Двусмысленные заголовки, фотографии политиков, медийных персон с искаженными лицами, ироническая презентация официальных мероприятий актуальны даже для официальных СМИ в программах федеральных телеканалов, что, что в свою очередь, говорит о моде на стеб. Например: «Олег Тиньков «дал хачу» в своем офисе» (*lenta.ru* от 18 августа 2017 г.), «Полчаса с Пугачевой за 22 миллиона». («Комсомольская правда» 6–13 декабря 2018 г.), «А им все по барабану!» («Комсомольская правда» 6–13 декабря 2018 г. – статья о шоу-бизнесе, о Л. Якубовиче), «Сбитый ястреб», («Огонек» – статья об отставке министра обороны Израиля.).

Идентификация стеба связана с тем, что у адресата должна возникнуть определенная пресуппозиция знания. Без «опознавания» прецедентного, пародируемого текста стеб не будет восприниматься коммуникантами как таковой. Очевидно, что в этой ситуации стеб придает вторичному тексту черты интеллектуальной насыщенности. При этом трансформация или деконструкция прецедентного текста/текстов в стебе может осуществляться различным образом, при этом порождается достаточно неоднородная и неоднозначная по эмоциональной окраске и оценке картина коммуникативного пространства.

564 | Стратегии такой деконструкции были описаны лингвистами формальной школы. В.Б. Шкловский описал несколько видов искажения текста: 1) канонизацию, когда пародируемый автор является объектом поклонения пародиста; 2) демифологизацию, где адресатом иногда становится зачарованная публика; 3) умышленная десакрализация, которая снижает пародируемое [2]. Безусловно, стеб, всегда так или иначе связанный с комическим, ведет именно к десакрализации объекта «стебания».

Можно выделить стеб-шутку, стеб-насмешку, издевку. Отличает указанные разновидности стеба интенциональная направленность и степень языковой агрессивности коммуниканта, порождающего стеб.

**Стеб-шутка.** Например: *Мне на халяву никогда не везло./ Тряхни стариной, только чтоб старина не отвалилась./ Краткость – сестра таланта и медсестра бездарщины./ Как музыку не сортируй, а папку “разное” создать придется. / Никогда не спорь с дураками, а то окружающие не поймут разницы./ Социологи выяснили, что 98% людей, говорящих: “доброе утро”, врут.* ( Дм. Нагиев).

Официальный представитель Министерства иностранных дел России Мария Захарова пошутила в своем фейсбуке на тему заявления главы британского МИДа Б. Джонсона, который заявил о том, что стыд является мощнейшим оружием, что может использоваться Западом против России. В ответ министр обороны России Сергей Шойгу сообщает министру иностранных дел России Сергею Лаврову о том, что «у британцев против нас новое оружие появилось – стыд», после чего сообщает: «в Сколково пока ничего такого не изобрели».

**Стеб-насмешка, издевка.** Например: Российский телеведущий Иван Ургант во эфире своей программы "Вечерний Ургант" во время беседы с гостем программы И. Понарошку обмазал лицо веществом розового цвета, а потом спросил у нее, что это может значить. Понарошку ответила, что это "натуральный соловьиный помет". "Во-первых, это хорошее название для шоу на канале "Россия", – произнес комик, намекая на популярную программу другого известного ведущего.

Часто стеб рассматриваются как сугубо негативный и деструктивный языковой феномен. «Глумление над добродетелями», – так в статье с характерным названием «Убить пересмешников!» определил его писатель Юрий Нестеренко [3]. Но, на наш взгляд, феномен стеба и в жаргонном дискурсе, и в литературном не столь однозначен по своей природе. Можно, конечно, согласиться с тем, что стеб – это «разновидность публичного интеллектуального эпатажа, который состоит в провокационном и агрессивном, на грани скандала, снижении любых символов других групп <...> через подчеркнутое использование этих символов в несвойственном им, пародийном или пародическом контексте, составленном из стереотипов двух (точнее, как минимум,

двух) разных лексических и семантических уровней» [4]. Но важно при этом понимать, что попадая в иной социальный и языковой контекст, стеб часто становится нарочитым и театральным по своей форме и сути, он часто принимает характер не только иронии, но и самоиронии.

В жаргонной картине мира существует концепт «прикол», постепенно он входит в национальную картину мира; жаргонизмы «прикол», «приколоться», «прикольный» частотны в современной разговорной речи и стремятся войти в литературный язык. Постепенно формируется особый языковой жанр – прикол. Жаргонизм «прикол» имеет следующее значение – *шутка, розыгрыш, смешная выходка, фишка*. Можно заметить, если стеб содержит в своей природе элемент эпатажа, то прикол нельзя признать формой эпатажа. Прикол чаще всего является незлобной шуткой, в нем по сравнению со стебом ирония не является обязательным компонентом. Кроме того, прикол не связан с прецедентным текстом. Например, в 1997 г. по электронной почте по всему миру была распространена информация о том, что Интернет будет отключен на профилактику с 31 марта по 2 апреля. В сообщении говорилось, что профилактические работы необходимы для того, чтобы «вычистить из сети накопившийся за многие годы работы «электронный мусор». Согласно этому сообщению из Сети планировалось удалить бездействующие адреса электронной почты, а также неработающие веб-сайты и хакерские сайты. Профилактику и «чистку» сети предполагалось проводить с помощью «самых мощных многоязычных роботов японского производства модели Toshiba ML-2274», установленных в различных странах. В течение объявленного срока пользователям было настоятельно рекомендовано отключить все устройства от Интернета. Данная информация была отправлена от имени «Группы обслуживания Сети при Массачусетском технологическом институте».

Активно формируется жанр «прикольные обращения-объявления»: *«Господа и дамы! Во избежание случайных происшествий держитесь парами при походе в уборную, ведь гарантий того, что весь этот бред – не очередная утка обдолбанного репортера и бухого журналиста, нет. Асталависта, советуем купить новый унитаз с тремя степенями защит. Заказы по телефону, скидки –первому миллиону, с вами был редактор, желудочно-пищевого тракта»* (орфография и пунктуация оригинала). Особенно популярны такие шуточные объявления – призывы в общественном транспорте: *В салоне разрешается орать матом, грызть семечки, оставлять бутылки, а остановки называть только когда мимо проезжает «Икарус» без глушителя./ Говорите громче, все равно закричите, когда проедем./ Инструктаж по закрыванию дверей проходит каждый день на конечной остановке в 21.00. Девушкам скидки./ Я не водитель, я на летчика учился!/ Проезд в маршрутке: стоя – 10 рублей, сидя – 10 рублей, лежа – 15 рублей, рядом бежать – 5 рублей. Найди дешевле!*

566 | Таким образом, можно сделать вывод, что жаргонный дискурс оказывает влияние на процессы текстопорождения в литературном дискурсе, при этом активной тенденцией является усиление ироничной окраски порождаемого текста.

### Литература

1. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4-х т.: Пер. с нем. Russisches etymologisches Wörterbuch / Перевод и дополнения О. Н. Трубачева. — 4-е изд., стереотип. — М.: Астрель – АСТ, 2004. — Т. 4.
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. — М.: Изд-во «Художественная литература», 1972. — 470 с.
3. Нестеренко Ю.Л. Убить пересмешников! [Электронный ресурс] URL: <http://www.apn.ru>].
4. Дубин Б.В. Кружковый стиб и массовые коммуникации: К социологии культурного перехода. [Электронный ресурс] URL: <http://www.ec-dejavu.ru>.

*O.B. Trubina*

### SLANG DISCOURSE AND TEXT GENERATION

*Annotation.* In the article, the author examines the phenomenon of text-generation in slang discourse and the influence of this process on the literary language. The main trends in the generation of text in the slang discourse (for example, *cteb*, *pricol*) are highlighted, their language, pragmatic and cultural characteristics are described. The author comes to the conclusion that the influence of irony and the tradition of laughter in modern text generation is increasing.

*Keywords:* text-generating, slang discourse, *cteb*, *pricol*.

## ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ВОЕННОЙ РИТОРИКИ В ВОЕННОМ ВУЗЕ

*Аннотация.* Статья посвящена обзору факторов, способствующих появлению курса военной риторики в рамках военного образования, а также анализу основных проблем, связанных с преподаванием военной риторики в военном техническом вузе. В работе предложены некоторые варианты решения возникающих сложностей, рассмотрены составляющие успешного освоения раздела «Военная риторика» в рамках дисциплины «Русский язык и культура речи» в военном техническом вузе.

*Ключевые слова:* военное красноречие, военная риторика, военный речевой этикет, военное образование, методика преподавания риторики.

Современное высшее военное образование – это та сфера педагогической деятельности, которая в последние годы активно развивается, расширяется и совершенствуется. Интерес к получению военных профессий в нашей стране неуклонно растет, увеличивается конкурс в военные вузы, повышается качество подготовки специалистов. В этой связи Министерство обороны, выступая заказчиком специалистов, которые готовят военные учебные заведения, строго регламентирует содержание образования, освоение которого призвано обеспечить возможности обучения на самом высоком уровне будущих высококвалифицированных офицеров. В 2015 году был опубликован документ, определяющий требования к минимуму содержания и уровням обученности слушателей и курсантов военных образовательных организаций высшего образования Министерства обороны Российской Федерации (далее «Требования») [6]. В этих «Требованиях» содержался перечень обязательных для освоения учебных дисциплин и подробно описаны дидактические единицы, которые курсанты должны освоить в процессе обучения. В числе этих дисциплин оказался курс «Русский язык и культура речи», в рамках которого значительный объем содержания обучения отводился разделу «Военная риторика».

В современных Федеральных государственных образовательных стандартах, утвержденных Министерством образования для военных технических специальностей, данный учебный курс отсутствует уже почти в течение 10 лет. Его нет ни в документах 2010 года [9], ни в обновленной версии 2016

568 | года [10]. Данная ситуация типична для современной образовательной парадигмы, направленной на обучение узких специалистов в рамках конкретных профессиональных направлений. Если сфера деятельности выпускников вузов напрямую не соотносится с речевой коммуникацией (как у инженеров разных профилей), то компетенции, связанные с общением, в Стандарты не включены.

Высшее военное руководство нашей страны, тем не менее, верно полагает, что офицер – это тот профессионал, по которому судят обо всех Вооруженных Силах России. Он должен быть всесторонне образован, эрудирован, продуктивен не только в своей сфере деятельности, но в процессе взаимодействия в целом. В последние годы в рамках модернизации военного образования и армии были даже разработаны рекомендации, направленные на совершенствование коммуникативной культуры военнослужащих. Это, прежде всего, «Кодекс чести российского офицера», в котором отмечено, что, во-первых, офицер должен «стремиться стать не просто военным специалистом, боевым вождем подчиненных, но и их идейным вдохновителем, властелином солдатских сердец, тонким психологом и пропагандистом; *уметь побеждать не только мечом, но и словом, владеть приемами красноречия* (выделено нами – О.Ф.); вести борьбу против разлагающих армию антигосударственных и пацифистских учений» (тринадцатый пункт Кодекса). Во-вторых, офицер «в гражданском обществе и в военной среде обязан блюсти достоинство, приличие и соблюдать правила этикета; (...) *уметь вести беседу и спор*» (выделено нами – О.Ф.); (девятнадцатый пункт Кодекса) [4]. Кроме того, И.С. Арцишевским было разработано учебное пособие для офицеров, направленное на формирование и развитие у них навыков продуктивной коммуникации. Выпуск этого пособия Министерства Обороны анонсировало еще в 2015 году [3]. Подобные меры во многом вызваны тем, что в девяностые годы XX столетия после реформирования штатно-организационной структуры в Российской армии наблюдалась острая нехватка подготовленных, имеющих опыт специалистов в оборонной сфере. Был снижен порог требований, согласно которым происходил отбор кандидатов в высшие военные учебные заведения и на контрактной основе, что привело к падению общей культуры выпускников, в том числе – к их недостаточному для современной армии уровню владения языком как средством коммуникации.

Современная ситуация в некоторой степени создает условия для корректировки обнаруженных проблем. Поэтому «Русский язык и культура речи» и «Военная риторика» (как тема в рамках названного учебного курса) включены сегодня в учебные планы большинства технических военных специальностей.

Обратимся к содержанию «Требований», определяющих направления освоения военной риторики. В документ включены компетенции, в рамках формирования которых курсанты должны:



→ знать закономерности функционирования русской военной риторики; методы и средства формирования коммуникативных способностей и культуры взаимоотношений в системе работы с личным составом.

→ уметь выбирать стратегию и творчески применять тактики речевого поведения для обеспечения задач в военно-профессиональной сфере деятельности;

→ владеть речью как формой функционирования языка в актуальных ситуациях военно-профессионального общения; навыками творчески применять речевые тактики и стратегии военного речевого общения при обеспечении задач военно-профессиональной деятельности [6: 12–13].

Если говорить о дидактических единицах, то перечень их следующий: Соотношение понятий «культура речи», «риторика», «военная риторика». Из истории риторики, военной риторики, культуры речи. Основные этапы становления, особенности и закономерности функционирования общей риторики, русской военной риторики. Типы публичных выступлений. Подготовка публичной речи. Словесное оформление публичной речи. Понятность, информативность, выразительность, средства выразительности. Доказательность и убедительность речи. Ораторское искусство в сфере военно-профессиональной деятельности. Техника речи. Произнесение публичной речи. Культура и виды спора. Структура доказательства. Логический и коммуникативный аспект в аргументации.

С одной стороны – это большой шаг вперед, позволяющий увидеть риторическую составляющую в системе подготовки военных специалистов. Это дает надежду на то, что будущие офицеры хотя бы составят представление о том, как должно вести себя в ситуациях публичных выступлений в военной профессиональной сфере (и при реализации воспитательных задач перед личным составом, и при ведении совещаний, и на поле боя). Для этого в «Требования» включены вопросы истории военной риторики, специфика обработки и преподнесения информации при публичном выступлении с учетом специфики военной профессиональной сферы. Современная наука дает возможность в достаточном объеме освоить программный материал. Сегодня исследователями защищены диссертации по проблемам военной риторики [7], разработаны хрестоматии [5] и учебники по истории военной риторики [1; 2]. Однако в процессе освоения программного материала возникает ряд сложностей, преодоление которых, безусловно, сделает освоение курса на порядок продуктивнее.

Во-первых, следует сказать о том, что коммуникация военных строго регламентирована Уставом [8]. Курсанты привыкают взаимодействовать, используя ограниченный набор речевых формул («так точно», «никак нет» и пр.), поэтому очень сложно в рамках учебных занятий говорить о некоторых требующих разрушения стереотипах военного речевого взаимодействия.

570 | Военная риторика на поле боя – это речи, которые во многом нарушают требования Устава. Они насыщены средствами выразительности, в них встречаются приемы манипулирования. Создать подобного рода авторские примеры курсантам сложно. Такие занятия требуют увеличения количества упражнений, опоры на хорошее знание языка. Для преодоления данной проблемы в нашем вузе разработаны сборники тренинговых упражнений, позволяющих разыграть различные коммуникативные ситуации в рамках изучаемых вопросов.

Во-вторых, освоение военной риторики необходимо предварять изучением тем, связанных со знанием языковых и речевых норм. Большинство этих норм должно осваиваться в школе. Однако при поступлении в военный технический вуз знания русского языка – не самая важная составляющая, поэтому часто уровень владения языковыми нормами в курсантской среде оставляет желать лучшего. Для преодоления этой сложности было увеличено количество аудиторных занятий по дисциплине «Русский язык и культура речи».

В-третьих, для формирования устойчивого коммуникативного навыка, позволяющего использовать знания по риторике, только занятий мало. Нужна соответствующая коммуникативная среда, требующая от курсантов регулярного обращения к полученным знаниям, развития сформированных умений. Однако в военном вузе у обучающихся крайне мало возможности выступать публично. В основном они являются подчиненными по отношению к вышестоящим офицерам, получают приказы и исполняют их. Коммуникативный процесс максимально ограничен. Эту проблему пока решить не представляется возможным. Ее преодоление перекладывается на плечи курсантов, способных поставить перед собой задачу самостоятельного речевого развития и использовать любую возможность в этих целях (например, выступления в рамках военного научного общества, на конференциях, круглых столах и т. д.).

Итак, освоение военной риторики требует от педагога и вуза создания определенных условий, обеспечивающих наиболее продуктивный результат. Это совместная работа преподавателя, руководства и, конечно же, самих курсантов.

### **Литература**

1. Зверев, С. Э. Военная риторика Древнего мира. Санкт-Петербург: Алетей, 2011. 174 с.
2. Зверев, С. Э. Военная риторика Средневековья. Санкт-Петербург: Алетей, 2011. 206 с.
3. Зуев В. «Вежливые люди» отучат поручика Ржевского сквернословить // Независимое военное обозрение. 28.10.2016. № 1023. Режим доступа: [http://nvo.ng.ru/nvo/2016-10-28/1\\_924\\_people.html](http://nvo.ng.ru/nvo/2016-10-28/1_924_people.html)

4. Кодекс чести российского офицера. Режим доступа: <https://templar-code.com/kodeks-chesti/natsionalnye-kodeksy/169-kodeks-chesti-rossijskogo-ofitsera>

5. Тарасова Е.Н. Военное красноречие: хрестоматия: учебное пособие для курсантов высших военно-учебных заведений / Военная акад. войсковой противовоздушной обороны Вооруженных сил Российской Федерации. Смоленск: Изд-во "Ред.-изд. отд. Военной акад. войсковой ПВО ВС РФ", 2006. 105 с.

6. Требования к минимуму содержания и уровням обученности слушателей и курсантов военных образовательных организаций высшего образования Министерства обороны Российской Федерации. Утверждены 10 июля 2015 г. Статс-секретарем Министра обороны Российской Федерации Н. Панковым. 2015. 69 с.

7. Уланов А.В. Русский военный дискурс XIX – начала XX века: структура, специфика, эволюция : дисс. ... д-ра филолог. наук: 10.02.01. Омск, 2014. 494 с.

8. Устав внутренней службы вооруженных сил Российской Федерации // Общевоинские уставы Вооруженных сил Российской Федерации. Ростов н/Д: Феникс, 2016. С. 7–247.

9. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки (специальности) 190110 Транспортные средства специального назначения (квалификация (степень) «специалист»). М., 2010. 51 с.

10. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки (специальности) 23.05.02 Транспортные средства специального назначения (квалификация (степень) «специалист»). М., 2016. 38 с.

*O. P. Fesenko*

#### **PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF MILITARY RHETORIC INTO MILITARY COLLEGE**

*Annotation.* The article is devoted to the review of the factors contributing to the emergence of the course of military rhetoric in the framework of military education, as well as the analysis of the main problems associated with the teaching of military rhetoric in the military technical University. The paper proposes some solutions to the difficulties encountered, the components of the successful development of the section "Military rhetoric" within the discipline 2russian language and culture of speech " in the military technical University.

*Keywords:* military eloquence, military rhetoric, military speech etiquette, military education, methods of teaching rhetoric.

## **РИТОРИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ**

*Аннотация.* В статье раскрываются дидактические возможности риторического подхода к процессу обучения речевому общению на русском языке иностранных студентов. Использование данного подхода при подготовке студентов к участию в работе круглого стола как интерактивного метода обучения в интенсивном курсе устной речи заметно повышает речевую активность и способствует овладению студентами коммуникативной компетенцией.

*Ключевые слова:* интерактивная технология, русский язык как иностранный, риторический канон, круглый стол, коммуникативная компетенция.

**И**нтерактивная технология в обучении речевому общению как русскоговорящих, так и иностранных студентов является одной из самых распространенных и признаваемых в качестве эффективных в процессе развития коммуникативно-речевых умений. Известно, что в методике обучения РКИ она понимается как разновидность коммуникативного подхода, модифицированный прямой метод [3]. В широком смысле интерактивная технология представляет собой обучение, основанное на взаимодействии, диалоговое обучение, наиболее известными формами которого выступают дискуссии, круглые столы, ролевые игры и т. п. Вопросы использования интерактивной технологии в целях обучения языку, речевой деятельности, развития коммуникативной компетенции, в частности, такие, как 1) признаки интерактивных форм работы; 2) подходы к организации; 3) критерии оценки эффективности и др. – все еще остаются актуальными.

Целью статьи является рассмотрение риторического подхода к организации круглого стола как формы интерактивного обучения речевому общению на русском языке иностранных студентов.

Как известно, термин интерактивный происходит от английских *inter* – *взаимный* и *act* – *действовать*, таким образом, ключевым в содержании интерактивной технологии выступает такая операция, как взаимодействие,

осуществляемое в процессе совместной деятельности, беседы, диалога с кем-либо. Это взаимодействие участников образовательного процесса непосредственно или опосредованно с образовательной средой, друг с другом, с преподавателем через полное или частичное включение в продуктивную совместную деятельность. При этом в процессе решения общих для всех участников задач совместной деятельности, наблюдается коммуникативное взаимовлияние участников друг на друга, как следствие, происходят, по словам Т. С. Паниной, и «изменения и в каждом из субъектов, и в тех объектах, на которое направлено взаимодействие» [1: 11].

Более узкое понимание интерактивной технологии в обучении языку предполагает не только взаимодействие участников образовательного процесса, но и обязательное взаимодействие с информационной средой (использование информационно-коммуникационных технологий в том или ином виде, создание мультимедийных продуктов, презентаций и т.п.). Следует согласиться, что более узкий подход точнее определяет специфику интерактивной технологии в современных условиях, оправдывая тем самым использование нового термина.

Применение интерактивного обучения в целях развития коммуникативной компетенции обучающихся может и должно быть риторически структурировано, поскольку указанная совместная деятельность есть не что иное, как деятельность риторическая.

Рассмотрим, каким образом риторическая организация круглого стола как одной из интерактивных форм обучения оптимизирует процесс овладения иностранными студентами русским языком через активную осмысленную риторическую деятельность.

Круглый стол представляет собой коммуникативно-речевое событие, которое можно рассмотреть как сочетание одностороннего и двустороннего дискурса, отмечаемых при характеристике интерактивного обучения в специальной литературе [2; 3]. Односторонний дискурс – это связное устное сообщение одного участника с учетом всех экстралингвистических факторов. Двусторонний дискурс представляет собой совокупность высказываний двух и более коммуникантов в ситуации «погружения в жизнь» со сменой ролей «говорящий – слушающий», при помощи вербальных и невербальных средств.

Реально планируемые круглые столы, в которых принимают участие иностранные студенты, создают ту непосредственную естественную коммуникативную ситуацию, которая освобождает от излишней детализации при мотивировании студентов, что очень важно для обучения РКИ. Так, при организации круглого стола «Роль русского языка в образовании и карьере иностранных студентов» в качестве коллективной риторической задачи выступает подготовка к участию и непосредственно участие в его работе. В работе круглого стола планировалось задействовать студентов из разных

574 | стран: Туркменистана, Таджикистана, Италии, Киргизии, Иордании, Узбекистана и др., обучающихся в Мордовском государственном университете.

Интерактивными выступают обе формы работы: как подготовительная, так и непосредственная. Студентам 1 курса, обучающимся по профилю «Отечественная филология (Преподавание русского языка как иностранного)» было предложено принять участие в работе круглого стола. Отмечу, что в ходе подготовки студенты не только организовывали свою коммуникативно-речевую деятельность с опорой на процедуры риторического канона, но и обобщали свою работу, формулируя данные процедуры, что, несомненно, послужит им в дальнейшем алгоритмом при обучении своих учеников.

На этапе изобретения (инвенции), что заняло по времени два учебных занятия по дисциплине «Интенсивный курс устной речи» большое внимание было уделено обсуждению темы, ее дроблению на микротемы. Опора на топику (топосы «род и вид», «часть и целое» и др.) помогала в выделении микротем: из каких частей состоит тема? Какие вопросы она включает? О чем может/должен идти разговор в ходе круглого стола? Предложите вопросы для обсуждения.

Этап расположения включал совместное обсуждение последовательности освещения вопросов, подбор иллюстративного материала, материала для презентаций, слайдов, видеофрагментов. Этот этап по времени занял также два учебных занятия. На этом этапе обсуждалось, каким должно быть сообщение, на что следует обратить внимание. В результате выстроилась следующая логика обсуждения:

1 «Русский язык в родной стране: степень распространения, изучение в учебных заведениях, частота проведения занятий в средней школе, использование в качестве языка рекламы, ради- и телепередач, газет и т. п.

2. Цель изучения русского языка и получения высшего образования в российском вузе.

3. Адаптация к жизни и учебе в России: проблемы и пожелания.

В ходе обсуждения обозначились микротемы, распределились речевые роли участников, было обсуждено, какой материал следует представить в презентации и какими репликами ее сопроводить. Особо следует подчеркнуть подготовительную работу «модераторов». Таким образом, студенты получили целевую установку на создание текста на русском языке, обусловленного реальной речевой ситуацией участия в работе круглого стола.

Этап выражения в данном случае рассматривался как репетиционный. На репетиции проигрываются роли участников круглого стола, оттачивается произнесение высказываний, комментирование презентаций, использование реплик-переходов, реплик-подхватов и т. п.

В ходе реального коммуникативного-речевого события «Круглый стол» реализуется намеченное. В условиях реально проводимого круглого стола

студенты получают возможность принять активное участие, высказаться по данной теме, наблюдать, насколько актуальными для реального коммуникативного поведения оказываются приобретенные им в ходе подготовки модели, речевые клише, слова и обороты речи.

На этапе контроля обсуждаются итоги круглого стола, студенты обмениваются мнением о ходе, о своем участии, делятся тем, какие трудности испытали в ходе реального общения, что им в связи с этим еще захотелось узнать, в чем совершенствоваться, какие еще риторические знания они хотели бы получить.

Таким образом, риторическая деятельность участников интерактивной формы обучения включает:

- на этапе изобретения – осмысление темы и задач речевого взаимодействия,
- на этапе расположения – продумывание композиции, последовательности речевых высказываний участников речевого события-взаимодействия,
- на этапе выражения – выбор языковых средств и речевых приемов воплощения конкретной коммуникативной задачи и роли в процессе интерактивного взаимодействия,
- на этапе произнесения – непосредственное взаимодействие с привлечением невербальных и интонационных средств.

При этом риторическая организация подготовки и проведения круглого стола опирается на такие важные принципы интерактивного обучения, выделяемые в современной лингводидактике, как

- тщательный отбор рабочих терминов;
- анализ конкретных примеров;
- поддержание всеми обучаемыми непрерывного визуального контакта между собой;
- выполнение одним из обучающихся функции руководителя;
- активное использование слайдов, мультимедиа и т. п.;
- помощь преподавателя в случае возникновения непредвиденных трудностей;
- интенсификация обучения.

Эффективность применения интерактивной технологии в обучении речевому общению связана, во-первых, с использованием естественных форм речевой коммуникации на русском языке, благодаря которым обеспечивается и мотивация, и опыт осмысленной риторической деятельности, во-вторых, с опорой на риторический подход к использованию как учебных, так и внеучебных форм организации коммуникативной–речевой деятельности обучающихся.

Риторически организованное вовлечение студентов в активную жизнь факультета и, шире, университета способствует более быстрой адаптации, снятию коммуникативных барьеров, овладению нормами коммуникативного поведения в естественных условиях языковой среды.

**Литература**

1. Панина Т. С. Современные способы активизации обучения. – М.: Академия, 2016. – 176 с.
2. Сурыгин А. И.. Основы теории обучения на неродном для учащихся языке. –Спб.: Златоуст, 2011. – 230 с.
3. Щукин А. Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам : учеб. Пособие. – М.: Просвещение, 2015. – 214 с.

*O.V. Filippova*

**THE RHETORICAL ORGANIZATION OF INTERACTIVE  
METHOD OF TEACHING SPEECH TO FOREIGN STUDENTS**

*Annotation.* The article reveals the didactic possibilities of the rhetorical approach to the teaching process of speech communication in Russian to foreign students. The use of this approach in the preparation of students to the participating in the round table as an interactive method of learning in the intensive course of oral speech significantly increases the speech activity and contributes to the mastery of the students' norms of a communicative behavior.

*Keywords:* interactive method, oral speech, rhetoric, rhetorical canon, Russian as a foreign language.



**Т.Т. Черкашина**

*tch2004@yandex.ru*

*профессор, зав. кафедрой русского языка*

*Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина*

*(Технологии. Дизайн. Искусство)*

*Москва, Россия*

**Н.С. Новикова**

*natalynov@yandex.ru*

*профессор кафедры русского языка*

*Инженерной академии Российского университета дружбы народов*

*Москва, Россия*

**С.А. Гейченко**

*sergeygeychenko@gmail.com*

*доцент кафедры русского языка*

*Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина*

*(Технологии. Дизайн. Искусство)*

*Москва, Россия*

## **РЕФЛЕКСОПРАКТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ**

*Аннотация.* В статье анализируется социокультурный контекст современной поликультурной и полимодальной образовательной среды; рассматриваются некоторые методические приемы формирования диалогической компетентности учащихся.

*Ключевые слова:* риторика, коммуникация, поликультурное образовательное пространство, диалогическая грамотность, игровые методы.

Современный образовательный процесс протекает в поликультурном и полимодальном пространстве. Всю степень серьезности обострения глобальных социокультурных проблем и противоречий в полной мере ощутили именно преподаватели русского языка, литературы, культуры речи, риторики [1, 2]. Разрешение этих проблем требует максимального профессионализма преподавателя, которому приходится разрабатывать методику формирования диалогической компетентности учащихся. В основе коммуникативной грамотности – умение конструктивно взаимодействовать, убедительно говорить; слушать и слышать партнера по диалогу; анализировать свое и чужое речевое

578 | поведение; знать культурные традиции и уважительно относиться к культурным особенностям всех народов, потому что не бывает плохих или хороших культур – культуры бывают разные [6]. Причем тот, кто описывает, и тот, кто осваивает чужую культуру, взаимодействуют друг с другом, опираясь на базовые критерии оценки: принято/не принято; обязательно/не обязательно, возможно/невозможно, допустимо/недопустимо, достойно/недостойно и др. Эти и другие критерии касаются всего: о чем принято, а о чем не принято говорить с русскими; что можно дарить партнеру по взаимодействию; следует ли при получении подарка его сразу разворачивать; как в России пользуются услугами такси; как ведут себя за столом; как приветствуют друг друга; можно ли прямо смотреть в глаза и проч. Принятие культурного многообразия в качестве факта обеспечивает развитие терпимого, толерантного отношения к людям разных национальностей.

Учебные курсы по русскому языку, литературе, риторике и культуре речи в вузе направлены на культурное воспитание человека и его приобщение к непреходящим гуманистическим ценностям [3]. Активное участие учащихся при обсуждении актуальных для молодежи проблем учит их вступать в диалог, поддерживать его, выступать инициатором общения, внимательно слушать партнера, принимать участие в дебатах, дискуссиях, обсуждениях. Все это формирует диалогическую компетентность учащихся [7].

Цель формирования диалогической компетентности студентов – а) привить интерес к русскому языку как к базовой составляющей национальной культуры, к истории его происхождения и становления; б) познакомить с различными точками зрения на становление русской национальной культуры и обеспечить аргументированное обсуждение каждой из них; в) привить навыки конструктивного общения в ситуациях межкультурного диалога: научить слушать, говорить и оценивать свое и чужое речевое поведение; г) организовать игровые формы диалогового взаимодействия на вербальном и невербальном уровне [4,5].

Преподаватель русского языка и литературы формирует систему так называемого языкового сопровождения и духовной поддержки жизненного пути "становящегося" человека. В задачи преподавателя словесности входит, во-первых, научить смотреть на мир и на отношения людей в этом мире сквозь призму родного языка и культуры в их сопоставлении с другими языками и культурными традициями. Во-вторых, преподавателю необходимо научить школьника и студента жить в поликультурной системе ценностей, организовывая занятия таким образом, чтобы молодой человек сам научился понимать преимущества диалогического взаимодействия и умел организовывать его. Достаточно вспомнить банальное московское "Понаехали!", которое приводит к кризису рефлексии и саморефлексии и не способствует сглаживанию межкультурной адаптации огромного числа мигрантов, дети которых бок

о бок учатся с московскими школьниками и студентами. Русские являются государствообразующей нацией и русский язык – это государственный язык Российской Федерации, который служит цементирующим компонентом в межэтнических формах взаимодействия. В системе российского образования русский язык выступает инструментом межкультурного диалога.

Нужны ли современным школьникам и студентам знания по основам межкультурного общения? Безусловно, да. Прежде всего для того, чтобы они смогли преодолеть ограниченный личный жизненный опыт выстраивания конструктивного стиля взаимодействия со сверстниками и взрослыми, если те принадлежат к иной национальной культуре.

Субъекты российской образовательной системы, какой бы национальности они ни были, получают образование на русском языке, значит, они должны научиться не только хорошо говорить по-русски, им предстоит научиться думать по-русски, познакомиться с традициями русской национальной культуры.

Рассмотрим некоторые методические приемы, которые могут быть использованы для проведения занятий по предметам гуманитарного цикла, тематических классных часов, викторин, общешкольных и университетских мероприятий, праздников и т. п. [4,8]. Заметим, что научить конструктивному диалогическому взаимодействию в тренинге можно только при условии заинтересованности человека в этом. Преподавателю следует предложить учащимся заключить договор о совместной работе: 1) доброжелательный настрой (следование *Правилу доброжелательности*); 2) следование *Правилу здесь и сейчас*; 3) проявление речевой инициативы и личной ответственности (*Правило свободы выбора*). *Правило доброжелательности* означает, что мы принимаем как нормальное любое высказывание, которое не оскорбляет и не наносит вреда другим участникам диалога. *Правило здесь и сейчас* запрещает выносить за пределы тренинга информацию личного характера о конкретных людях. Все, что происходит во время диалога, здесь и остается. *Правило свободы выбора* предполагает личную заинтересованность в результате диалога, поэтому никто никого не принуждает высказывать ту или иную позицию.

Нарушение правил диалога влечет следующие штрафные санкции:

1) за нарушение *Правил доброжелательности* один раз (обидное высказывание в адрес партнера по тренингу и проч.) вместо непосредственного участия в диалоге штрафнику предлагается выполнить индивидуальную письменную работу;

2) повторное нарушение Правил влечет за собой замену двух-трех групповых занятий индивидуальной работой по конкретным заданиям;

При нарушении *Правил здесь и сейчас* необходимо принести извинения партнеру по диалогу в форме комплимента. Безынициативность наказывается активной речевой практикой: от "молчуна" потребуют рассказать анекдот, смешную притчу, занимательную историю по теме тренинга.

Преодолеть коммуникативную некомпетентность и личную зависимость от манипуляций в ситуациях межкультурного диалога помогут следующие условия конструктивного общения: во-первых, способность человека анализировать, оценивать ситуации межличностного взаимодействия, вычленение причины и следствия реакций партнера; во-вторых, способность определять проблему, ставшую камнем преткновения; в-третьих, уметь формулировать цели, задачи своего и "чужого" тезиса, видеть задачу и сверхзадачу речевого поступка речевых партнеров; в-четвертых, способность находить аргументы и контраргументы, адекватные ситуации общения.

Критериями оценки развития коммуникативных способностей учащихся можно считать а) овладение ими всеми средствами русского языка (фонематическими, языковыми и внеязыковыми, коммуникативными); б) знание русской национальной культуры, ее традиций и в умении приспосабливать, соотносить особенности своей национальной культуры с культурой коренного населения страны обучения, помня о народной мудрости: *В каком народе живешь, такого обычая и держишься*, чтобы про тебя не говорили: «Все люди как люди, один черт в колпаке».

Считаем целесообразным сознательный отказ преподавателя от роли эксперта. Преподаватель, который ставит перед собой цель развивать диалогическую компетентность учащихся, выступает в качестве организатора исследования конкретной ситуации, приглашая всех учащихся к совместному поиску межкультурного консенсуса. Точка зрения преподавателя – это всего лишь одна из возможных мировоззренческих позиций, она не претендует на истину, но и не теряет права быть истиной. Только в этом случае остается шанс на "выстраивание" личностной позиции каждого учащегося в ситуацию совместного поиска. Особо ценным является умение выстраивать обратную связь, которая информирует учащегося о том, что он действует правильно и, благодаря подкрепляющей оценке преподавателя, может и дальше действовать так же. Заметим, что межкультурное общение не приемлет оценок "правильно"/"неправильно". Положительно оценивается только сам факт поиска компромисса. Разногласия в мировоззренческих позициях участников диалога – это всего лишь повод продолжить исследование, используя имеющийся опыт. Партнерские отношения в рамках диалога предполагают равные позиции открытости. После каждого упражнения, задания тренинга необходим анализ, или рефлексопрактика, которую можно провести пошагово:

### **Шаг 1. "Ты-высказывания"**

Мне кажется, ты слишком большое внимание обращаешь на минусы и не видишь ничего положительного в оценке проблемы. Ты не хочешь замечать положительных идей/поступков и проч. (Реакция партнера предсказуема: он в лучшем случае смиренно опустит глаза, в худшем – ждите агрессивного речевого поведения).

### ***Шаг 2. "Я-высказывание"***

Когда я понимаю, что человек заикливается только на негативе и видит только минусы в любой ситуации, не замечая ни своих, ни чужих положительных возможностей и перспектив в решении проблемы, хотя они всегда скрыты в любой ситуации, мне становится грустно и досадно. Мне кажется, что следует мобилизовать все свои ресурсы, чтобы постараться найти эти "плюсы", которые помогут переqualифицировать "приговор" ситуации как безнадежной. (Как правило, такая "ревизия" обеспечивает внимательное слушание, озабоченность и мобилизует к активным действиям).

### ***Шаг 3. "Метафора"***

Лучшей формой обратной связи-рефлексии является образное описание проблемы типа: "Когда ты описывала проблему, перечисляя только минусы, я с трудом сформулировала плюс, и в моем представлении возникла такая картинка: девочку-труженицу послали в лес зимой за подснежниками. Их там, безусловно, быть не должно. Но..., как в сказке, подснежники появились. А вот для мачехиной дочки ситуация обернулась совсем иначе". (Возможная реакция на такую "рефлексию": улыбка, согласие, внимательное слушание и стремление по-новому оценить проблему и свое отношение к ней).

Не секрет, что сегодня в полиэтнических, поликультурных молодежных группах люди боятся показаться "не такими", как все, и из-за опасения быть отвергнутыми прячутся под маской равнодушия и апатии, которая в экстремальных случаях, к сожалению, сменяется на маску неприкрытой речевой агрессии.

Молодой человек, "разрешая" себе неправильные, с точки зрения, традиционной культуры, поступки, убеждает себя в том, что так он чувствует себя в безопасности. Излишняя грубость, к примеру, это всего лишь защита от посягательств на личную свободу. Любой диалог начинается с визуального контакта. Рассмотрим некоторые игры, принимая участие в которых учащиеся приобретут практические навыки диалогического взаимодействия:

#### *1. "Слова и жесты"*

Цель: научиться соотносить характер обратной связи на невербальном уровне.

Инструкция: Ведущий предлагает

а) поздороваться, изобразив на своем лице вежливость, насмешку, агрессию, пренебрежение, участие, радость, скорбь, лесть, недовольство и т.п.;

б) сказать фразу "Понаехали тут!", изображая на лице те же состояния, добавив жесты и движения;

в) выразить словами одобрение/неодобрение, а мимикой и жестами подчеркнуть указанные выше чувства.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем и как проявляются причины расхождения слов и истинных эмоций и чувств, которые испытывает человек, встречаясь с культурными ожиданиями?

## 2. Каково влияние безличной коммуникации на протекание диалога?

### *II. Игра "масок"*

Цель: отразить причину коммуникативных сбоев в межкультурном диалоге.

Инструкция: Ведущий предлагает на выбор карточки, в которых заданы роли-маски: 1) безучастности; 2) прохладной вежливости; 3) высокомерной неприступности; 4) открытой агрессивности: "Попробуй только не выполнить то, что я хочу!" 5) послушания или угодливости; 6) искусственной доброжелательности или сочувствия; 7) простодушно-чудаковатой веселости и иронии и т.д.

Участники игры могут по очереди продемонстрировать свою "маску", разыграв, к примеру, ситуацию из "Хамелеона" А.П. Чехова на современный лад. Ремейк может иметь самые неожиданные фантазии. Инсценирование должно завершиться "живой фотографией": маску необходимо удержать на лице не менее двух минут.

Вопросы для обсуждения и домашнего задания:

1. Какими "масками" вы чаще всего пользуетесь и почему?
2. Чем эти "маски", на ваш взгляд, помогают вам и вашим знакомым и чем мешают устанавливать конструктивное общение?

### *III. "Ледокол". Как растопить айсберг недоверия?*

Цель: воздействовать на эмоциональное состояние участников и "сломать лед" в отношениях.

Инструкция: участники встают в круг. Ведущий предлагает различные действия, которые передаются по кругу от одного участника к другому. Глаза закрыты. Следует передать какое-то чувство без слов, например, чувство страдания, презрения, недовольства, сопереживания, поддержки, раздражения, например на то, что человек другой национальности громко разговаривает по телефону на своем родном языке; громко чавкает за столом и др. Первый участник игры прикасается к соседу справа, вкладывая в прикосновение заданное чувство, открывает глаза. Второй участник, поняв и определив для себя характер прикосновения, передает дальше то, что понял. Можно использовать рукопожатие или прикосновение к плечу соседа, можно передать чувство взглядом, жестом.

Подчеркнем, что феномен межкультурного диалога приобретает сегодня первостепенную значимость: культурное многообразие современного образовательного пространства увеличивается. На наших глазах происходит становление совершенно нового типа культуры, формируется новое представление о социальной ответственности системы образования, меняется контекст образования в целом. Однако эффективный межкультурный диалог в современном образовательном пространстве не может возникнуть сам по себе, ему необходимо целенаправленно учить.

### Литература

1. Владимирова Т.Е. Призванные в общение. Русский дискурс в межкультурной коммуникации. – М.: КомКнига, 2012. – 304 с.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово/Slovo, 2014. – 624 с.
3. Черкашина Т.Т. и др. Программа учебной дисциплины "Межкультурные коммуникации"/Менеджмент (прикладной бакалавриат). Программы учебных дисциплин: Учеб. пособие / Под ред. В.И. Звонникова: Гриф УМО. – М.: ИНФРА-М, 2013. – С. 211–228.
4. Черкашина Т.Т. и др. Игровые технологии коммуникативного лидерства: учебное пособие: Гриф УМО. – М.: ГУУ, 2013. – 120 с.
5. Черкашина Т.Т. Менеджер как субъект языка и культуры: Монография. – М.: Издательский дом «Додэка-XXI», 2008. – 183 с.
6. Черкашина Т.Т. и др. Язык деловых межкультурных коммуникаций. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 368 с.
7. Tatiana Cherkashina, Natalia Novikova, Galina Gubanova, Tatiana Samosenkova, Nina Romanova. Dialogical Organics of Pedagogical Discourse: Linguo-Pragmatic Aspect / 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science and Arts SGEM 2018. Conference Proceedings, Volume 5. – Vienna, Austria, Science & Society, Pp. 115–122.
8. Natalia Novikova, Tatiana Cherkashina, Nina Romanova, Sergey Dembickiy, Dmitry Beresnev. Modern Higher School Search for Innovations: Game Technologies. / 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science and Arts SGEM 2018. Conference Proceedings, Volume 5. – Albena, Bulgaria, Science & Society, Pp. 523–528.
9. Векшин Г.В., Гейченко С.А. Основы стилистической семантики: учеб. пособие. М. : Московский технологический университет (МИРЭА), 2017. 128 с.

### **DIALOGICAL LITERACY IN THE CONTEXT OF A MULTICULTURAL EDUCATIONAL ENVIRONMENT**

*Annotation.* The article analyzes the socio-cultural context of modern multicultural and polymodal educational environment; some methodological methods of formation of students' dialogical competence are considered.

*Keywords:* rhetoric, communication, multicultural educational space, dialogic literacy, playing methods.

## ОБУЧЕНИЕ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ НА ОСНОВЕ РИТОРИЧЕСКИХ ТОПОСОВ

*Аннотация.* Статья посвящена описанию занятий по риторике в китайской аудитории 2-го сертификационного уровня с использованием риторических топосов. Автор показывает приемы применения топосов и представляет результаты работы – конкретные тексты, создаваемые студентами.

*Ключевые слова:* русский язык как иностранный, китайская аудитория, топосы, общие места, риторика, письменная речь.

Необходимость обучения китайских студентов письменной речи продиктована главенствующей ролью письменной формы общения в их культуре. С давних времен ввиду существования множества диалектов китайского языка китайцы общались больше письменно, при помощи иероглифов, а не разговорной речи. Так, зачастую у носителей русской культуры, особенно преподавателей, вызывает удивление безупречное владение китайцев русской грамматикой, навыками письма и на контрасте с ними недостаточно хорошо развитые навыки говорения. Конечно, студенты в конечном итоге воспроизведут написанный текст в устной речи, однако подготовка и создание содержания речи осуществляются, конечно, в процессе письменного обдумывания. Именно письменная речь становится в таком случае инструментом научения хорошей литературной речи, которая затем зазвучит устно – историческим аргументом может быть опыт как Цицерона, который утверждал «Перо – наилучший наставник красноречия», так и Демосфена, который, ячтобы выучиться хорошей речи, не только произносил речи на берегу моря, но и «склочил масла боле вина...», трудясь над написанием речей.

В статье описывается опыт обучения китайской аудитории письменной речи по топосам – «общим местам» в риторике как искусстве изобретения мысли. Описываемая аудитория – студенты-филологи, уровень владения языком которых стремится к ТРКИ-2 (2-й сертификационный уровень). Цель статьи – описание и обобщение преподавательского опыта на занятиях риторикой в китайской аудитории.

Письменную речь мы рассматриваем вслед за А.Н. Щукиным как продуктивный вид речевой деятельности, способность выражать мысли в письменной



форме с помощью принятой в языке системы письма [3: 299]. У студентов, владеющих русским языком на 2-м сертификационном уровне, безусловно, уже сформированы навыки владения письменной речью, однако грамматические конструкции, композиция текста и отдельная лексика нуждаются в корректировке. Обучение риторическим основам способствует структурированию мышления обучающихся, а изучение теории по российским учебникам помогает развитию мышления на иностранном языке.

На занятиях была использована письменная форма работы как первичный источник информации и как способ познания языка, а затем на основе созданных студентами текстов отрабатывались другие аспекты языка: комментировались ошибки по грамматике, выделялись логические ударения при выразительном чтении, проходила тренировка в публичной декламации текстов, тем самым улучшая навыки говорения. Прослушивание и оценка своих одноклассников не оставляла без внимания и аудирование как форму работы.

Топосы или «общие места» рассматриваются нами как способы развития замысла и создания содержания речи, своеобразные смысловые модели, знание которых подсказывает, как развернуть предложенный тезис. При использовании топоса в качестве композиционной основы сочинения студенты должны эффективно использовать тот или иной прием, не вызывая сомнений, что именно за счет него текст приобретает особую красноречивость. Безусловно, от одного сочинения к другому топосы перемешивались, но имея дело с наукой не точной, а гуманитарной, в конечном счете обилие выразительных средств (дополнение сравнениями, антитезами) только украшает речи студентов.

За научную основу занятий была взята классификация «изобретения идей»

В.И. Аннушкина, включающая 14 топосов: определение, целое – части, род – вид, свойства – качества – характеристика, сравнение, противоположность (антитеза), имя, причина – следствие, условие, уступление, время, место, пример, свидетельство [1: 52].

На основе топосов студентами создавались письменные тексты на различные темы. Некоторые из топосов отрабатывались устно или объединялись в подгруппу. Далее будет рассмотрена работа с некоторыми из них более подробно и приведены примеры лучших сочинений студентов.

Первый изучаемый топос «определение» служит основой для большинства письменных текстов. Прежде чем подробно описывать что-то, нужно дать ему четкое определение. Взяв как пример текст Всеволода Иванова о России из письма Николаю Рериху в 1925 году: «Россия не только государство. Она ... океан, стихия, которая еще не оформилась... Россия – это семь синих морей; горы, увенчанные белыми льдами; Россия – меховая щетина бесконечных лугов, ветреных и цветущих...», студентам было дано задание написать схожее определение своей стране.

Китай получил самые разные характеристики. Используя топос «определение» описываемый объект обнаружил в себе интересные мелкие детали повседневной жизни, уникальное мнение отдельного человека:

«Моя страна для меня – это не только развивающаяся экономика и строящиеся высокие здания. Это палочки на столе. Это местный ресторанчик на углу улицы. Это шумные пылкие бабушки в автобусе. Это популярная музыка во фруктовом магазине. Это все, ставшее для меня незаметным, к чему я так привыкла». (.....)

Обратим внимание на то, как китайский студент в сущности повторил синтаксическую структуру текста Всеволода Иванова, наполнив ее собственным содержанием и новыми словами. В данных сочинениях студенты не ограничились топосом «определение» для характеристики родной и любимой страны, но включили (скажем забегая вперед) «противопоставление» и «сравнение»:

«Моя страна – будто член моей семьи: много раз в ней разочаровываюсь и не перестаю ей гордиться. Всегда хочу, чтобы она стала лучше, но все это – только от любви к ней...» (Ци Сяолей).

«Для самих китайцев слово «Китай» никогда не было только геополитическим понятием – в этом слове так много... Если Китай – музыка, то он обязательно симфония, сложная и длинная, стучащая прямо в сердце. Если он роман, то он определенно принадлежит перу Достоевского или Лермонтова, потому что в нем глубокая философия и мысль.

Китай – это чудо природы. В нем и весна, и лето, и осень, и зима, все может быть в одно время. В июле и августе, когда во многих регионах мучает жара, на Эвересте еще лежит тонкий снег. В декабре и январе, когда все на севере страны сетуют на зимние морозы, на южном крае еще можно вкушать летние фрукты...» (Юй Цзюньтао)

Некоторые студенты не ушли и от метафорических характеристик: «Китай – это большой петух, укоренившийся на востоке. Голова петуха смотрит в направлении к восходящему солнцу, а хвост его упирается в Тихий океан. Реки его – кровеносные сосуды, а горы – его тело» (Чжан Ханьчжан).

Одно из самых ярких сочинений под заголовком «Сирота Азии» было написано о Тайване. Студентка сравнила свою страну с жемчугом: «...такой красивый остров полный природной красоты, будто жемчуг, случайно оставленный творцом мира». Девушка описала историю страны и разные эпохи ее развития, используя целый набор образов, все же не уходя от задания дать именно определение описанному объекту: «...Но бедная судьба у него была, он стал Нидерландской колонией. Жадные люди всегда требовали больше, чем им нужно. Милый наш жемчуг перестал блестеть, сейчас он всего лишь корова, которая снабжает людей молоком. Никто его не жалел, не ценил...» Разворачивая центральный образ – образ сироты – студентка

перешла к сравнению Тайваня с брошенным ребенком: «И вот, Тайвань стал забытым ребенком дома, никто не уделял ему внимания, он делал все, что хотел, но он чувствовал сильное одиночество. После китайско-японской войны Тайвань бросила его мать, и его украла Япония как трофей...»

«Он выглядел китайцем, но говорил по-японски; он казался японцам шпионом Китая, а китайцы считали его слугой империализма Японии. И он сам потерял понимание, кто он. Он никому не принадлежал, никуда не подходил...».

«В конце концов, он понял, что ему не оставалось ничего, кроме как признать себя сиротой Азии, которого все бросили. Бедный наш ребенок, в чем он виноват?! Он и сам хочет знать, но ответа не будет...» (Лю Ю Джун)

При изучении топосов «целое-части», «род-вид» студенты устно описывали и классифицировали окружающие их предметы (университет, подарки, планету и пр.). Данные топосы особенно полезны для структурирования логического мышления, которое после отражается как в устной, так и в письменной речи. При работе с топосом «Свойства-качества-характеристика» студенты получили задание написать рассуждение на тему: «Каким должен быть идеальный мужчина / идеальная женщина?»

«Она должна быть красивой. Такая красота зародилась от состава правильных черт ее лица, но во многом от ее глаз: когда они открыты полностью, они блестят мягким светом, а когда опускаются, в них видна безграничная нежность. Ее губы тонкие, немножко бледные, а когда она улыбается, губы растягиваются в две стороны и становятся почти невидимыми. Может быть, у нее нос не самый идеальный, но именно такие недостатки – воплощение человеческой красоты.

С ней можно поговорить по душам. Она жизнерадостная и веселая, хотя в сердце ее хранятся былые раны. Она из-за этого раньше плакала, а теперь выучилась над ними смеяться. Она оживленная, когда речь идет о ее любимых песнях и романах, она спокойная в утренних приветствиях. Она идеальная, но живая, потому что она не картинно красивая, а по-человечески...» (Юй Цзюньтао).

А вот каким видят китайские студентки «идеального мужчину»:

«Моя половина будет человеком нелюдимым в толпе, но оживленным передо мной. Он будет остроумным в общении со мной, но в глазах других гораздо черствее. Характер у него будет сдержанный и толерантный, чтобы принимать мое неразумие и своеволие, но он сам может показывать мне свою хрупкость и ребяческие стороны. Я не хочу, чтобы он был ослепительно красивым: моему милому нужно блеснуть только для меня, в моем сердце. Я не хочу, чтобы он был общительным, мы будем единственными друг у друга... Может быть, такое представление об идеальном мужчине покажется кому-то странным, но, на мой взгляд, это тот самый вид любви, взаимовладения,

588 | взаимограничения, при которой две личности в конце концов объединятся в одну». (Лю Ю Джу)

Интересно, что прием антитезы – противопоставления студенты умело включают в любой текст, используя его как один из приемов выразительности текста. Обычно данный прием служил вспомогательным средством выразительности, однако при написании словесного этюда «О дружбе» противопоставление (возможно, после впечатления от прослушивания известной детской песни) звучало наиболее часто.

«Дружба будит в нас яркие чувства и дарит сильнейшие эмоции, принося счастье, удовлетворение, трогательность, унося гнев, тоску и печаль... Настоящая дружба чиста. Однажды Бо Я и Чжун Цзыци подружились, потому что они могли слышать сердечный звук друг друга через музыку Чуцинь. Лживая дружба мутна. Она наполнена корыстью, использованием и подозрением. Так в сказке Лиса хочет дружить с Зайцем только для того, чтобы съесть его». (Шуай Юнгсуэй)

Топос «Сравнение» оказался самым излюбленным и наиболее часто используемым китайскими студентами. Возможно, это связано с символичностью китайской культуры в целом, где каждая вещь, цвет, образ, иероглифы имеют свое значение и смысл. После разбора текстов русских классиков А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, Н.А. Заболоцкого студенты описали маму через сравнение. В русской традиции, в русском сознании, как подсказывает опыт работы с русскими студентами, мама – это солнце, ангел, прекрасный цветок, ... В глазах китайских студентов мама – вода, парус, маяк, одеяло, зонтик, птица, земля и т. д.

«В детстве мне казалось, что мама, должно быть, какая-то волшебница, потому что у нее все есть: и сладости, и игрушки. Я долго искал, долго подглядывал, чтобы узнать, куда она положила волшебную палочку, чтобы самому без ее ограничений делать все, что хотел, но усилия мои были напрасны...» (Юй Цзюньтао) В сочинениях многих детские трогательные образы мамы (искусной волшебницы, строгой львицы, мамы-великана, смотрящей сверху вниз) сменяются образами уже с позиции повзрослевших детей:

«Иногда я думаю, что она подобна рыбе с серебряными, блестящими чешуйками. У нее была свобода, чтобы плавать и в море, и в реке. Она такая красивая была когда-то, однако теперь она охотно сдирает все свои чешуйки, одну за другой для того, чтобы из них сшить дочери новую одежду...» (Юй Цзюньтао).

«В детстве, мама скорее казалась мне львицей – царицей, которая приказывала мне делать что-то, и я не смела ослушаться ее приказа. Обычно мама была строгой, но когда у меня бывало плохое настроение, она, как одеяло, поглощала всю мою грусть и слезы. В то время я ее называла «Матерью» или «Мамой»... Сейчас я думаю, что мама, на самом деле, как ракушка: она кажется крепкой и сильной, но в глубине своего сердца – мягкая и ранимая.

И в ее душе живет еще девочка, которая очень боится одиночества. Теперь она моя верная подруга, и я ее называю «Мамочкой». (Лю Ю Джу)

Изучение топосов «причина – следствие», «условие», «уступление» были объединены в одно занятие и связаны с повторением грамматики сложных предложений на соответствующие темы: конструкции с предлогами «потому что»; «Если...то», «поскольку»; «несмотря на...», «хотя» и пр. Для обработки данных топосов студентам были предложены карточки с пословицами на темы: «Дружба», «Семья», «Труд», «Язык», «Родина», «Благодарность» и т.д. Выбрав один из топосов, нужно было написать несколько развернутых тезисов в доказательство истинности пословицы, анафорично используя предлог в начале фразы и оставив самое эффектное доказательство в заключение сочинения:

«Не спеши языком, торопись делом: потому что только фактическое дело может принести успех; потому что пустые слова ничем не отличаются от обмана; потому что язык без практического действия не играет никакой роли в жизни». (Сюй Цзяньян)

«Умный молчит, когда дурак ворчит: потому что если умный промолчит, дурак не продолжит дальше спор. Умный промолчит, потому что для него нет необходимости спорить с дураками. Умный промолчит, потому что молчание – лучший ответ, молчание – золото. А если ты споришь с дураком, то становишься таким же, как тот, с кем ты споришь». (Ван Юйсинь)

Топосы «время» и «место» изучались также в сопоставлении друг с другом: описание предмета во времени и в пространстве. Итогом этой работы стало сочинение на тему: «Мое любимое место на Земле». Любимыми местами оказались родной дом, деревня бабушки и дедушки, музей и... заднее сиденье мопеда родителей.

«Моя деревня – самое родное место для меня... там самое голубое небо, которое укрыто мягкими белоснежными облачками, похожими на сладкую вату. Там самая зеленая трава, по которой я и мои друзья бегали босиком в детстве. Там самое яркое солнышко, которое будило меня всю жизнь по утрам своими теплыми, нежными лучиками...» (Цзоу Сюэли).

«Мое любимое место – заднее сиденье на родительских мопедах. С семи лет, каждое утро папа привозил меня в школу на мопеде, а мама забирала домой. Я обожала то время, когда я в бурном восторге делилась с ними своими впечатлениями и тревогами. Родители были очень заняты работой, и часто задерживались на посту до одиннадцати – до двенадцати часов, и поэтому я особенно ценила те пятнадцать-двадцать минут в дороге. Я помню, в холодные дни они всегда надевали на меня большой плащ и говорили: «Положи руки в мои карманы и держись за меня!», а когда шел дождь, прикрывали меня от ветра и дождя. Я прислоняла лицо к их спине, будто птичка льнула к дереву, и наслаждалась родительским теплом.

Заднее сиденье на мопеде у нас всегда оставляют самым близким людям, кого мы всей душой любим и бережем. В детстве я была жемчужиной в родительских ладонях и долго занимала этот трон. Сейчас я уже выросла и тоже хочу защищать их и оберегать. Заднее сиденье на моем мопеде всегда будет для родителей, и я буду им говорить: «Положи руки в мои карманы и держись за меня!» И мы вместе будем кричать навстречу ветру: «Поехали!» (Лю Ю Джун).

Пример, свидетельство изучались на основе афоризмов, крылатых фраз и цитат, переведенных студентами на русский язык. Вот несколько типично китайских афоризмов:

«Путешествие в тысячу миль начинается с одного шага»; «Учителя только открывают двери – дальше вы идете сами»; «Никто еще не возвращался из путешествий таким, каким он был раньше» и др.

Переводя любимые афоризмы, студенты работают со словарем, пополняя словарный запас, повторяют и изучают новые грамматические конструкции, а запомнив их, могут украшать ими свою речь в живом общении.

Дальнейшая работа с написанными текстами заключается в подготовке к декламации перед сокурсниками. Получение оценки или в стиле игры «Голос», когда группа студентов-жюри выставляет баллы (обычно по двум параметрам: «Содержание речи» и «Произнесение речи»), или в форме дружеских пожеланий – записок, отправленных друг другу на уроке. Дух соревнования помогает студентам стремиться к лучшим результатам и совершенствовать свою письменную, а в перспективе и устную речь.

### Литература

1. Аннушкин В.И. Риторика. Экспресс-курс: учебное пособие для практических семинаров и краткосрочных курсов / В.И. Аннушкин. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 175 с.
2. Н.К. Григорьева. Обучение письменной речи на занятиях по русскому языку как иностранному. Актуальные вопросы филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков: сборник научных трудов. Выпуск 3. – Минск: БГУ, 2015. – С. 23–31. – 120 с.
3. Шукин А.Н. Методика обучения речевому общению на иностранном языке: Учебное пособие для преподавателей языковых вузов. М.: Издательство Икар, 2011. 454 с.

## О СЛОВЕ, ЗНАЧЕНИЕ КОТОРОГО СКРЫТО

*Аннотация.* Статья посвящена слову *деликатный*, чаще всего употребляемого в позапрошлом столетии, смыслы которого в настоящее время не до конца понятны. Слово *деликатный*, на которое было обращено наше внимание, по причине вероятно польского его происхождения, употребляемого российскими авторами часто в своем основном значении, а также как компонент составных наименований, приобрело в русском языке дополнительную семантику и стилистическую окрашенность. В статье делается попытка определения значения слова *деликатный* и его производных в русском языке в текстах разных авторов.

*Ключевые слова:* значение, семантика, стилистическая окрашенность, слово.

Слово *деликатный* в настоящее время, на наш взгляд, приобрело в русском языке характер слова со скрытой для рядового пользователя русским языком семантикой. По значениям, отмеченным у слова в разных словарях, слово, как кажется, входят тематически в группу слов, характеризующих личность. Во всяком случае, историко-этимологический словарь П.Я Черных отмечает значения: «мягкий, чуткий, тонкий, тактичный в обращении» и указывает на употребление этого слова уже в текстах «Архива» Куракина [10: 1, 239]. М. Фасмер предполагает польское *delikatny*, немецкое *delikat*, как слова-посредники французского *délicat* от латинского *dēlicatus* – «изнеженный» [9: I, 496]. В.В. Виноградов отметил слово *деликатный* в ряду других слов польского происхождения [4: 802]. «Новый словотолкователь» Яновского 1803 г. отмечает значение, связанное с вкусовыми ощущениями: «Вкусный, приятный, разборчивый, нежный, чувствительный. *Деликатный стол*, т. е. что яствы оного вкусны, приятны как по качеству, так и по приправе их» [11: 674 – 675]. Персонаж Н.В. Гоголя Селифан именно в этом значении употребил это слово: «Точно-с, и приказал от стола отпустить блюда – очень хорошего блюда, деликатного скусу» [5: 321]. К концу XIX и началу XX века формируется значение «вежливый» [3: 89]. В речи персонажа Н.С. Лескова звучит в этом значении слово *деликатный*, а также глагол *деликатниться* в смысле «набраться вежливости», см.: «[Домуховский:] – Ах. Говорит, – Домна Платоновна, как мне бог жильца послал – деликатный, образованный и добрый такой, всеми моими делами занимается. – Ну, деликатниться-то,



592 | мол, они ныне все уж, матушка, выучились» [7: 238]. В том же произведении Лескова отметим и устойчивое словосочетание *деликатная история*: «Только что я коснулся в разговоре с отцом Иваном деликатной истории войны на поповке, мой собеседник так и замахал руками» [7: 107] и у современных авторов: «А дело было деликатное, не для усердовского разумения» [1: 158]. Существует возможность употребления слова с отрицанием *неделикатный* – «грубый, неосторожный в обращении» [8: 649].

Словари отметили схожие значения у слова *деликатность*, см.: «Нежность, приятность вкуса, разборчивость, тонкость, чувствительность. Сие слово берется в пространном знаменовании» [11: 674]; «Мягкость, вежливость, предупредительность, осторожность в обращении» [8: 233 – 234]; «утонченное обращение» [3: 89].

Направивается сравнение слова *деликатный* со словом *субтильный*.

Во много находим аналогию со словом *деликатный* при описании этого слова. Прежде всего, отметим, что в русском языке слово *субтильный* – «(о человеке) «хрупкого телосложения», «слабый», «тщедушный» [10: 2, 216] в отличие от значения слова в польском языке *subtelny* (лат. *subtilis*) имеет значение «нежный», как внутренний характер личности, а не характеристика его физических качеств. Иллюстрацией употребления слова в русском языке могут послужить следующие отрывки текстов: «Эту субтильную паненку» [6: 162]; «один высокий и широкоплечий, а второй маленький и субтильный» [2: 398]. По словарю М. Фасмер слово в русский язык вошло при Петре I [9: III, с.793]. В.В. Виноградов отметил слово *субтильный* в ряду русских слово польского происхождения [4: 802].

Таким образом, на обсуждение представлены слова русского языка иноязычного происхождения, семантика которых определяется словарями и иллюстративным материалом, почерпнутым из текстов произведений русских авторов.

### Литература

1. Акунин Б. Пелагия и красный петух. Роман в 2-х т. М., 2003. Т. 1.
2. Акунин Б. Планета Вода: Приключения Эраста Фандорина в XX веке. Часть первая / Борис Акунин. М.: «Захаров», 2015.
3. Виноградов А.М. Словарь иностранных слов. – Одесса, 1907.
4. Виноградов В.В. История слов. М.: Толк, 1994.
5. Гоголь Н.В. Мертвые души // Гоголь Н.В. Собр. соч. в шести томах. М.: Гос. изд. худ. лит., 1959. Т. 5.
6. Крестовский В.В. Кровавый пух: Роман в 2-х книгах. М.: Современный писатель, 1995. Кн. 2.
7. Лесков Н.С. Смех и горе // Лесков Н.С. Собр. соч. СПб., 1889. Т. V.
8. Михельсон М.И. Русская мысль и речь: Свое и чужое: Опыт русской фразеологии: Сборник образных слов и иносказаний. СПб., 1902 – 1904. Т. 1.



9. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. М.: Прогресс, 1986. Т. 1.

10. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. / П.Я. Черных. 9-е изд., стереотип. М.: Рус. яз. – Медиа; Дрофа, 2009. Т. 1 – 2.

11. Яновский Н.М. Новый словотолкователь, расположенный по алфавиту... СПб., 1803. Вып. 1.

*Victor Szetela*

#### **ABOUT THE WORD WHOSE MEANING IS HIDDEN**

*Annotation.* The article is devoted to the word *delicate*, most often used in the century before last, the meanings of which are currently not fully understood. The word *delicate*, to which our attention was drawn, due to its probably Polish origin, which is often used by Russian authors in its main meaning, as well as component of compound names, has acquired additional semantics and stylistic coloration in the Russian language. The article attempts to determine the meaning of the word *delicate* and its derivatives in the Russian language in the texts of different authors.

*Keywords:* meaning, semantics, stylistic coloration, word.

## **ВЫСШАЯ ШКОЛА КОММУНИКАЦИИ LOGOS ART: ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ДАННЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТА)**

*Аннотация.* В статье представлены результаты эксперимента, проведенного в Высшей школе коммуникации LOGOS ART в 2018 году. В ходе эксперимента был выявлен наиболее эффективный формат обучения взрослых ораторскому мастерству – интенсив-практикум. Раскрываются особенности этого формата, описывается успешный опыт его реализации в системе обучения.

*Ключевые слова:* Высшая школа коммуникации LOGOS ART, эксперимент, формат обучения, ораторское искусство, психология общения, риторика, интенсив-практикум.

Современный мир стремительно развивается. Динамика и скорость информационных потоков требуют от человека в XXI веке способности быстро анализировать информацию, емко доносить мысли и выстраивать качественные отношения с людьми, поскольку от качества общения зависит качество нашей жизни. Подсчитаем, сколько часов в сутки мы общаемся: около 8 часов (+/-) мы спим, все остальное время (16 часов!) мы общаемся (мысленно, устно или письменно). Еще Сергей Пражский писал: «Общение с людьми обогащает нашу душу, она расцветает через полноту нашего сближения с другими людьми» [3: 14]. Общение чрезвычайно важно, без него невозможно развитие. Качество общественно-речевых коммуникаций (именно оно есть предмет филологии как искусства) есть отражение: идей, эмоций, воли, культуры [2: 22].

Общение предполагает два умения – говорить и слушать. И как бы парадоксально это ни звучало, у современного человека все чаще наблюдается утрата этих базовых умений в разговорной коммуникации. Высокие скорости жизни и обилие информации нередко приводят к проблеме недопонимая в общении. Причина проста: один человек «не так сказал», другой – «не так услышал», «не так понял». Результат – дистанция, конфликтные ситуации, ухудшение отношений, трата времени и внутренних ресурсов на их восстановление и т. д. Человек стремится каким-то образом изменить ситуацию,

научиться общаться – ясно говорить и внимательно слушать. Именно поэтому последнее время стали особенно актуальны образовательные программы по ораторскому мастерству и психологии общения. Современному человеку часто не хватает этих знаний, поскольку он недополучил их в школе или ВУЗе.

В России существует достаточное количество центров дополнительного образования, где можно обучиться основам риторики<sup>17</sup>. Один из таких центров – Высшая школа коммуникации LOGOS ART<sup>18</sup>. Это профильный международный центр дополнительного образования, где обучают ораторскому искусству и психологии общения. Обучение ведется в России и за рубежом, на русском и английском языках. Школа является инновационной площадкой с комплексными программами обучения<sup>19</sup>.

В 2018 году в Высшей школе коммуникации LOGOS ART был проведен эксперимент. Его суть заключалась в следующем. В течение года одна и та же по содержанию программа («7 ступеней ораторского мастерства») была апробирована в пяти современных форматах обучения: онлайн курс (7 недель), очно-заочный курс (7 недель), открытый тренинг (2 полных дня), серия вебинаров (7 недель), интенсив-практикум (2 полных дня).

Цель эксперимента – выявить наиболее эффективный формат обучения. Количество человек, прошедших обучение по базовой программе за этот период, – около 100 (5 групп по 20 человек в каждой). Обучающиеся – взрослые люди (18+), их цель – развитие навыков ораторского мастерства либо для совершенствования личностных качеств (уверенность в себе, умение слушать, способность убеждать и др.), либо для профессиональной деятельности<sup>20</sup>.

По окончании эксперимента были сделаны выводы об эффективности каждого из пяти форматов обучения с учетом следующих критериев:

- процент обучающихся, прошедших программу до конца;
- процент обучающихся, сдавших итоговое «зачетное выступление»;
- процент обучающихся, оставивших положительный отзыв о программе;
- процент обучающихся, продолживших регулярно заниматься риторикой

в Клубе LOGOS ART.

Результаты эксперимента показали, что наиболее эффективным по выработке практических навыков оказался двухдневный интенсив-практикум

<sup>17</sup> Риторика (согласно одному из определений) – «учение об убедительной, украшенной, эффективной и уместной речи» [1: 7].

<sup>18</sup> Сайт Высшей школы коммуникации LOGOS ART: [www.hsc-logos.art](http://www.hsc-logos.art)

<sup>19</sup> В данный момент в Высшей школе коммуникации LOGOS ART разрабатывается программа по обучению умению слушать. В России подобных программ очень мало, тогда как в западных странах они существуют еще с 80-х годов. См., например, книгу [3].

<sup>20</sup> В деловой коммуникации современные люди ориентированы на получение навыков самопрезентации, а также деловой презентации. См. книгу по подготовке презентаций – «Мастерство презентаций» Алексея Каптерева [4].

596 (55 %). На 2 месте – формат тренинга (17 %). Чуть менее эффективен – очно-заочный формат (15 %). За ним следует онлайн формат (10 %). На последнем месте – серия вебинаров (3 %) (См. Рис. 1).



**Рис. 1.** Соотношение эффективности различных форматов обучения ораторскому искусству и психологии общения по базовой программе в Высшей школе коммуникации LOGOS ART (данные эксперимента, 2018 г.).

Формат интенсив-практикума оказался наиболее эффективным в силу своих особенностей:

- глубокое погружение и интенсивная проработка тем;
- соотношение теории и практики – 15 % и 85 %;
- раскрытие коммуникативного потенциала личности как ценность и цель;
- фокус на отработку практических навыков;
- введение и закрепление теоретического материала через практику;
- проработка тем (по циклам Колба), согласно обрабатываемым навыкам.

Главное отличие интенсив-практикума от тренинга – степень интенсивности и погружения в материал, что требует от ведущего большого мастерства и экспертности. Оптимальная продолжительность интенсив-практикума – два дня. Эксперимент показал, что двух дней полного погружения достаточно для отработки коммуникативных навыков по ключевым темам. Это целесообразно, когда обучение выстраивается системно, в несколько этапов. Так, например, в Высшей школе коммуникации LOGOS ART программа осваивается в три этапа: I ступень (базовый уровень), II ступень (средний уровень) и III ступень (продвинутый уровень). Таким последовательным восхождением от уровня к уровню достигается поэтапная наработка мастерства. Овладение каждой ступенью происходит в формате интенсив-практикума. Для закрепления и отработки полученных навыков действует Клуб LOGOS ART – «поддерживающая среда» для выпускников всех ступеней обучения. Ежемесячные тематические встречи Клуба дают возможность апробировать любое публичное выступление и получить обратную связь от группы

и ведущего эксперта. Помимо этого, обучение дополняется регулярными тематическими вебинарами.

Миссия Высшей школы коммуникации LOGOS ART – «Обучение для преображения: от красоты общения – к качеству жизни!». Главный показатель эффективности образовательного процесса – раскрытие коммуникативного потенциала выпускников, их яркие «зачетные выступления» по завершении программы и качественное улучшение жизни на основе знаний психологии общения и законов эффективной коммуникации. Системный и индивидуальный подход к обучению, оптимально подобранный формат (интенсив-практикум), а также мастерство ведущего-эксперта обеспечивают качественное обучение и достойные результаты выпускников.

### **Литература**

1. Аннушкин В.И. Риторика. Экспресс-курс. М., 2007.
2. Аннушкин В.И. Филология – словесность – риторика – культура речи: к уточнению терминов и содержания данных наук // Сборник материалов XXI Международной научной конференции по риторике, 1–3 февраля 2017 г. М., 2017. С. 15–22
3. Архиепископ Сергей Пражский. Подвиг общения. New-York, 1981.
4. Беркли-Ален, Мадэлин. Забытое искусство слушать. СПб: ПИТЕР, 1997.
5. Каптерев, Алексей. Мастерство презентации. М., 2018

*E.M. Shuvannikova*

### **HIGHER SCHOOL OF COMMUNICATION LOGOS ART: INNOVATIVE EDUCATIONAL FORMATS (EXPERIMENT DATA)**

*Annotation.* The article represents the results of an experiment conducted at the Higher School of Communication LOGOS ART in 2018. In the course of the experiment, the most effective format of teaching Public Speaking is revealed. That is intensive workshop. The main features of this format as well as a successful experience of its implementation are described.

*Keywords:* Higher School of Communication LOGOS ART, experiment, educational format, public speaking, communication psychology, rhetoric, intensive workshop.

*Д.А. Щукина*  
*dshukina@yandex.ru*  
*профессор Санкт-Петербургского горного университета*  
*Санкт-Петербург, Россия*

## **ДВА ИЗДАНИЯ УЧЕБНИКА «ОПЫТ РИТОРИКИ» И.С. РИЖСКОГО (1796, 1809)**

*Аннотация.* В статье сравниваются два издания учебника И.С. Рижского «Опыт риторики» (1796, 1809), первое издание было создано в Санкт-Петербургском горном училище, второе – переработано и дополнено автором по результатам преподавания риторики в Харьковском университете. Тексты анализируются как научные произведения, написанные в оригинальном учебно-научном жанре (опыт риторики).

*Ключевые слова:* риторика, учебно-научный жанр, «Опыт риторики» И.С. Рижского.

**В** 1786 году по приглашению Президента Берг-коллегии Иван Степанович Рижский (1759–1811 гг.) начал педагогическую деятельность в Горном училище, первом российском техническом вузе. В должности ординарного профессора он более десяти лет преподавал гуманитарные дисциплины: риторiku, латинский язык, логику, историю и географию, руководил переводами литературы по горному делу с французского языка, создавал учебники. Главный результат его преподавательской деятельности – «Опыт риторики» (1796), сочиненный специально для воспитанников Горного училища. Читая риторiku в Харьковском университете, ректором которого И.С. Рижский был назначен в 1805 году, ученый внес изменения и дополнения в написанный им в Санкт-Петербургском горном училище «Опыт риторики». Таким образом, предметом нашего анализа является история текста данного учебника, т. е. две его редакции, из которых первая относится к концу XVIII века, а вторая создана 15 лет спустя в начале XIX века.

Приведем полностью название анализируемых изданий учебника И.С. Рижского: «Опыт риторики, сочиненный и преподаваемый в Санкт-Петербургском горном училище», 1796 и «Опыт риторики, сочиненный и ныне вновь исправленный и пополненный», 1809. Отметим, что первая редакция имеет конкретное адресата, адресат следующей редакции является обобщенным.

Объем текстов в учебниках значительно различается: текст издания 1809 г. на треть превышает текст 1796 г. По количеству страниц более ранняя редакция больше, однако сам формат страниц меньше: на одной странице 24

строки по 31 знаку в строке; для сравнения: в поздней редакции на странице 34 строки по 36 знаков в строке. Это позволяет сделать вывод о том, что текст поздней редакции пополнен приблизительно на треть.

Сравнение заключительных частей текстов, которые соответствуют современной рубрике «содержание», дают возможность сделать некоторые выводы. В «Опыте риторики» (1796) в конце учебника находится «Оглавление, или расположенное по азбучному порядку показание содержавшихся в этом опыте материй с означением, на которой каждая из них находится странице», по сути представляющее собой алфавитно-предметный указатель терминов и терминологических сочетаний с обозначением страниц, на которых они расположены. Например, на букву А – аллегория ... 35, которая дается с подразделением: ее правила ... 36, смешанная ... (с подразделением: ее правила ... 37), чистая ... 36; на букву Б — бессоюзие ... 44 и т. д. В «Опыте риторики» (1809) в конце учебника находится «Обозрение содержания данного опыта риторики», что соответствует современному оформлению рубрики «содержание» с указанием страниц по порядку. Например, Красноречие ... 5, с подразделением: Чего требует? ... 6, Разделяется на прозаическое и стихотворческое ... 8 и т. д. Отметим, что в современной учебной и научной литературе традиционно используются оба названных выше способа: сначала следует алфавитно-предметный указатель, затем – содержание. Это позволяет современному читателю найти термины в тексте и определить порядок изложения информации.

Обратимся к первоначальному тексту учебника И.С. Рижского (1796), учитывая, что «каждое новое издание (1805, 1809, 1822) имело некоторые редакторские обновления по сравнению с предыдущим» [2, с. 236]. Подчеркнем, что композиция расположения частей «Опыта риторики» (1796) И.С. Рижского связана с педагогическими и учебными задачами, о чем пишет и сам автор. Учебник состоит из четырех частей: 1 часть «О совершенствах слова, которые происходят от выражений, или об украшении»; 2 часть «О совершенствах слова, которые происходят от мысли, или о изобретении»; 3 часть «О расположении, или о различных родах прозаических сочинений»; 4 часть «О слоге, или о совершенствах слова, зависящих вообще от украшений, изобретения и расположения». Композиционные перестановки произведены И.С. Рижским сознательно и обусловлены жанром создаваемого текста. Выбранную последовательность частей автор сохранил и в переработанных редакциях. Обосновывая целесообразность иной, по сравнению с классической, структуры учебника по риторике, он указывает на необходимость учета фактора адресата [см. подробнее: 6]. Педагог-практик объясняет причины изменения структуры: правила изобретения «темны и затруднительны вступающим в науку красноречия», следует предложить сначала правила, которые легче других и ближе всех других к грамматическим правилам [3, с. 7].

Укажем на одну особенность использования базовых терминов в учебниках. Редакция 1796 г.: в тексте с одинаковой частотой встречаются слова *оратор*, *вития* (относительно редко), *сочинитель*, *прозаик*, *стихотворец*; редакция 1809 г. слова: *вития* (на месте слова «оратор»), *сочинитель*, *прозаик*, *стихотворец*. В этимологическом словаре М. Фасмера «вития др.-русс. вѣтии то же, ст.-слав. вѣтии... Связано с вет, ответ, завет, вече, др.-русс. вѣтити, вѣчу «говорить» [5, с. 322]; в современных толковых словарях дается толкование слова «красноречивый человек» с пометами: устар., книжн.

Автор начинает оба текста с определения красноречия, трактуя его в качестве предмета риторики. В учебнике 1796 г. дано краткое определение: «Пленить воображение, убедить разум и тронуть сердце другого посредством слова есть то изящное искусство, которое называется красноречием и составляет главный предмет риторики» [3, с. 1]. В 1809 г. приведено более пространное определение: «Силою слова проникать в душу других, повелевать их умами, растрогать их чувствительность разительным изображением нравственного а) восхитить их воображение живейшим выражением вещественного изящества б) есть искусство красноречия, составляющего предмет риторики» [4, с. 5].

Осознавая необходимость усилить работу над русским словом, И.С. Рижский помещает в первую часть учебника вопросы, связанные с чистотой языка, отношением к двуязычию. Чистота российского языка связывается ученым с точностью используемых слов, ясностью сочинений, зависящей от слов и выражений, с течением слова и плавностью предложений. Рассмотрим основную в первой части учебника § 9, названный автором «О чистоте языка».

В обеих редакциях одинаковое начало параграфа: размышления И.С. Рижского о том, что необходимо для сохранения чистоты языка. Каждый сочинитель должен основательно знать отечественный язык, знание грамматики и чтение лучших славянских и российских книг, обращение с просвещенными в словесности людьми – суть средства, помогающие соблюдать чистоту языка, а самое надежное пособие в этом, по мнению педагога-ученого, – Академический словарь российского языка.

В издании 1809 г. после этого следует фрагмент, содержащий сравнение, в котором, как нам думается, запечатлен опыт преподавания в Санкт-Петербургском горном училище: «Впрочем чистота языка предполагает такую речь, которая подобна металлу, не имеющему никакой примеси, то есть которая не имеет не свойственных языку ни слов, ни словосочетаний» [4, с. 13–14].

Далее тексты вновь совпадают: перечисляются правила, связанные с соблюдением чистоты языка. В первой редакции правила даны общим текстом, в поздней редакции правила систематизированы, представлены в определенной последовательности, пронумерованы (всего 6 пунктов), названо, чего не употребляет «знающий свой язык россиянин», номера 1–4, в современной ортологии такие правила квалифицируются как императивные нормы, соотносимые с запретительными пометами в словарях.



Отметим значительные различия, которые были обнаружены в параллельных анализируемых фрагментах. В редакции 1796 г. это второе, данное без нумерации, правило: «всякую мысль выражает не только природным российским, но еще таким словом, которое принято, одобрено и употребляемо всеми, и потому вразумительно всякому просвещенному его соотечественнику» [3, с. 10]. Редакция 1809 г. – четвертое правило, не рекомендуемое употреблять: «какое-нибудь речение и словосочетание простонародное вместо принятого просвещенными соотечественниками, областное вместо общественного, приличного разговорам вместо употребляемого на письме» [4, с. 14]. Как видим, в последующем издании И.С. Рижский заменяет, говоря современным языком, общие характеристики нормативного использования языка (общепотребительность, распространенность, соответствие литературной норме) конкретными запретами на употребление просторечия, диалектных слов и разговорного стиля там, где необходимо использовать литературный язык.

В обеих редакциях учебника далее следует § 10 «О пристойности слов и выражений». Еще в 1796 году И.С. Рижский сформулировал, а позднее повторил важную и сегодня мысль об ответственности гражданина перед обществом, о необходимости «основательно знать свой отечественный язык», о коммуникативной компетенции человека как обязательной составляющей формирования личности учащегося: «Говорить и писать исправно, то есть чистым российским языком, есть долг всякого благовоспитанного россиянина, но сочинитель в этом отношении обязан еще более: он должен сверх того наблюдать, чтобы каждое употребленное им слово, каждое выражение не было ни выше, ни ниже изображаемой им мысли и совершенно соответствовало как роду, так и содержанию сочинения» [3, с. 11].

В § 21 «Об украшениях слова» И.С. Рижский вводит понятия «троп» и «фигура» (фигура слова и фигура речи). Затем в обеих редакциях рассматриваются различные тропы и фигуры.

В ряду тропов ученый выделяет метафору как наиболее употребительный троп, служащий к великолепию и важности слога и начинает с нее характеристику тропов. В редакции 1809 г. для иллюстрации метафоры, представляющей острую мысль при помощи намеренного сравнения высокой вещи с вещью низкой, приведена цитата из оды М.В. Ломоносова: «Он щит, и шлем, и молот твой / Считает за тростник гнилой» [4, с. 40–41].

Автор пересматривает примеры и выбирает те, которые точнее иллюстрируют троп или фигуру. Например, в § 29 «Эмфазис» первой редакции дано описание героя чрезвычайного роста и силы «Мечом ударил в щит, / Гром грянул меж горами». В поздней редакции приведен другой пример «И оду уж его печати предают, / И в оде уж его нам ваку продают».

В целом редакция 1809 г. содержит больше примеров, включает некоторые уточнения и дополнения, например, в § 32 выделяется и называется

602 | как особый род иронии антифразис (противоименование), а сам параграф завершается обобщением об использовании гиперболы и иронии.

Обратимся к завершающим параграфам текстов учебников.

«Опыт риторики» (1796) заканчивает § 208 «Вкус», названный самим автором «кратким замечанием» [3, с. 393–395]. И.С. Рижский определяет вкус следующим образом: «внутренняя чувствительность ко всему тому, что должно нам нравиться или быть противно, чувствительность, основанная на ясном представлении этих красот или безобразий» [3, с. 393]. Автор подчеркивает, что формирование этой способности зависит от просвещения и опытности, от своего рода воспитания вкуса. Рассмотрев «правильный вкус», который зависит от остроумия, внимания, зрелой рассудительности, И.С. Рижский размышляет о природном и народном (национальном) вкусе. Вкус в красноречии, по его мнению, значит «не что иное, как посредством изощренного рассудка и многократных в уме сличений приобрести такое отдельное понятие об истинной красоте и действительном безобразии человеческого слова, чтобы сообразуясь с ним в своих о красноречии рассуждениях никогда в этом случае не погрешать» [3, с. 396].

«Опыт риторики» (1809) завершают два параграфа: § 213 «Вкус» и § 214 «При вкусе нужен творческий дар» [4, с. 363–369]. Содержание § «Вкус» включает: общее понятие об изящном как предмете вкуса; определение вкуса, его зависимость от образования и степени чувствительности; разновидности вкуса: правильный и неправильный, вкус времени и века, народный вкус, вкус тонкий (нежный). Содержание § «При вкусе нужен творческий дар» включает размышления о творческом даре и необходимой для его развития «здоровой критике». Именно критика, по мнению И.С. Рижского, «дает истинную цену всему» и «направляет ход дарований по следам правильного вкуса» [4, с. 369].

На основании проведенного анализа двух изданий «Опыта риторики» можно дать общую характеристику научной и просветительской деятельности И.С. Рижского, который, обобщая опыт преподавательской работы в Санкт-Петербургском горном училище, создал оригинальный учебно-научный жанр (опыт риторики). Отметим важную особенность ученого и его учебных текстов: в процессе преподавательской деятельности И.С. Рижский постоянно вносил изменения и дополнения в тексты, адресованные учащимся, а сами тексты становились отражением определенного времени, используя терминологию ученого, вкуса времени и века. Опираясь на традиции русской риторической школы, И.С. Рижский осознавал теснейшую связь с языковой и сочинительской практикой русских поэтов, писателей, ученых, деятелей просвещения XVIII–XIX веков, начиная с создателя научной риторики в России М.В. Ломоносова.

**Литература**

1. Аннушкин В.И. Риторика. Вводный курс [Текст]: Учебное пособие / В.И. Аннушкин. М.: Флинта: Наука, 2008.
2. Аннушкин В.И. История русской риторики. Хрестоматия: Учебное пособие для студентов гуманитарных факультетов вузов [Текст] / В.И. Аннушкин. М.: Издательский центр «Академия», 1998. 416 с.
3. Рижский И.С. Опыт риторики, сочиненный и преподаваемый в Санкт-Петербургском горном училище [Текст] / И.С. Рижский. СПб., 1796.
4. Рижский И.С. Опыт риторики, сочиненный и ныне вновь исправленный и пополненный [Текст] / И.С. Рижский. Изд. 3. М., 1809.
5. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. Т.1: А – Д: Ок. 4000 слов [Текст] / М. Фасмер; Пер. с нем. И доп. О.Н. Трубачева. 4-е изд. Стер. М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2004.
6. Щукина, Д.А., Егоренкова, Н.А. «Опыт риторики» И.С. Рижского (1796) в горном университете: история и современность [Текст] / Д.А. Щукина, Н.А. Егоренкова // Записки Горного института. 2017. Т.225. С.376 – 384.

*D.A. Shchukina*

**TWO EDITIONS OF THE TEXTBOOK "THE EXPERIENCE OF RHETORIC» BY I.S. RIZHSKY (1796, 1809)**

*Abstract.* The article compares two editions of I. S. Rizhsky's textbook "Experience of Rhetoric" (1796, 1809), the first edition was created at St. Petersburg mining University, the second one was revised and supplemented by the author based on the results of teaching rhetoric at Kharkiv University. The texts are analyzed as scientific works written in the original educational and scientific genre (the experience of rhetoric).

*Keywords:* rhetoric, the original educational and scientific genre, "The Experience of Rhetoric" by I. S. Rizhsky.

## **СИСТЕМА ЗАНЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РУССКОМ РИТОРИЧЕСКОМ ИДЕАЛЕ У СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА**

*Аннотация.* Статья посвящена изучению проблемы оптимизации преподавания риторики в курсе «Русский язык и культура речи» в техническом вузе. Затронуты вопросы методики обучения культуры публичной речи, изучения студенческих предпочтений в процессе формирования риторического идеала.

*Ключевые слова:* риторика, жанры публичной речи, риторический идеал, требования к работам студентов.

В современной литературе по риторике концепция риторического идеала, а также актуальность идеи о важности формирования у современных носителей русского языка представлений о русском риторическом идеале даётся обычно со ссылкой на работы А.К. Михальской, что, на наш взгляд, совершенно справедливо. Ещё в 1996 году в работе «Русский Сократ» [4] А.К. Михальская изложила свою концепцию русского риторического идеала и свой взгляд на перспективы его возрождения в современной России. Думается, что цикл занятий по риторике в курсе «Русский язык и культура речи» в Горном университете вносит свою лепту в эту важную работу.

Проблема нравственной оценки речи оратора имеет давнюю традицию в России и в других странах Европы. Так, на рубеже VIII-XIX веков французская романист и публицист Жермена де Сталь писала: «Пренебрежение приличиями лишает красноречие всех преимуществ»<sup>21</sup>.

Н.Ф. Кошанский в «Частной реторике», изданной в 1832 году (уже после смерти автора), рассуждает о чрезвычайной важности такого аспекта воспитания будущего оратора, как нравственность, которой он посвятил в главе «Словесность» параграф IV, названный «Истинное красноречие и мнимое». Здесь он разъясняет принципиальное различие между красноречием истинным и мнимым: «Красноречие всегда имеет три признака: силу чувств, убедительность и желание общего блага. Первые два могут быть и в красноречии мнимом; последний существенно отличает истинное красноречие» [3:152].

<sup>21</sup> Цит. по Михальская А.К. Русский Сократ. М, 1996. С. 5.

Кошанский Н.Ф. (1784–1831) – выдающийся русский филолог, переводчик, педагог, преподаватель словесности в гимназии Московского воспитательного дома и Екатерининского московского института, профессор русской и латинской словесности в Царскосельском лицее. У Н.Ф. Кошанского в разное время учились русскому языку, русской словесности и риторике будущий канцлер, один из крупнейших государственных деятелей и дипломатов XIX века князь А.М. Горчаков, будущий правовед, один из составителей полного свода законов Российской империи барон М.А. Корф, будущий академик и создатель системы русской орфографии Я.К. Грот, будущий великий русский поэт А.С. Пушкин и многие другие. Представляется, что педагогический опыт Николая Федоровича Кошанского нисколько не устарел, более того, многие мысли автора общей и частной «Риторик» о высоком предназначении оратора по-прежнему остаются актуальными в деле воспитания будущих выпускников Горного университета.

Реформа высшего образования и переход на двухуровневую систему обучения вызвали необходимость редактировать уже созданные и апробированные программы по русскому языку и культуре речи, приспособляя их к новым условиям работы кафедр русского языка. В результате появились многочисленные варианты программ, рассчитанных на различное количество часов на разных факультетах и специальностях. Так, например, будущие энергетики и нефтяники, имея одинаковое количество часов на лекционный материал (17 часов в семестр), получают разное количество практических занятий (соответственно – 34, 51). Безусловно, достаточно большое количество часов на практические занятия позволяет включить в программу самые разнообразные жанры речевых произведений в их устных и/или письменных формах. Студенты нефтегазового факультета на практических занятиях создают работы разных жанров: монолог о себе, отчёт об анализе речевых ошибок, хрию (убеждающую речь по теме афоризма), эссе «Мой риторический идеал» и некоторые другие.

Основные требования к работам студентов, предъявляемые независимо от того в устной или письменной форме они выполняются, – это соблюдение норм современного русского литературного языка, чёткость структуры (трёхчастная для письменных жанров – введение, основная часть, заключение; пятичастная для устных жанров – зачин, введение, основная часть, заключение, концовка), логичность и аргументированность.

Написание эссе «Мой риторический идеал» представляет собой заключительный этап работы в цикле занятий, направленных на формирование представлений о русском риторическом идеале. Система этих занятий представлена в учебном пособии по риторике, созданном коллективом кафедры русского языка и литературы Горного университета [5]. В начале этого цикла студенты знакомятся с фрагментом работы А.К. Михальской, в котором

606 даётся представление о риторическом идеале как научном понятии риторики, в частности, сообщается, что риторический идеал – это система наиболее общих требований к речи и речевому поведению, исторически сложившаяся в той или иной культуре и отражающая систему её ценностей, этических и эстетических<sup>22</sup>. Далее студенты составляют конспект отрывка из работы М.В. Ломоносова «Краткое руководство к красноречию», в котором автор рисует словесный портрет идеального оратора. В учебном пособии помещён также фрагмент трактата Цицерона «Оратор», из которого становится понятно, каков идеальный оратор в представлении выдающегося теоретика и практика ораторского искусства. Пособие позволяет студентам в рубрике «Из рабочей тетради студента» познакомиться с различными эссе на тему «Мой риторический идеал», написанными их предшественниками. Критический анализ этих эссе даёт возможность предупредить типичные композиционные и стилистические ошибки в будущих творческих работах; позволяет обсудить вопрос о том, где же следует искать современного идеального оратора как человека, у которого можно было бы поучиться риторическим приёмам, тактике общения с аудиторией и проч.

Интересные изменения наблюдаются из года в год в выборе сфер поиска успешного оратора и персонажей для написания эссе «Мой риторический идеал», и преподавателям культуры русской речи было бы полезным узнать, в каких сферах общественной жизни студент технического вуза ищет свой риторический идеал сегодня. В поисках ответа на этот вопрос в 2011 году нами было проанализировано 150 эссе на тему «Мой риторический идеал». Работы написали студенты первого курса различных факультетов Санкт-Петербургского государственного горного института (технического университета) [1]. Было установлено, что большинство студентов свой риторический идеал нашло среди школьных учителей (35,3 % от общего количества работ), далее по убывающей последовали политики и госслужащие (18,66 %), исторические деятели (10%), преподаватели Горного института (10%), родственники и друзья семьи (8,66 %), телеведущие (7,3 %) и некоторые другие социальные группы (например, друзья, артисты; упомянуты были экскурсовод и даже космонавт). В группе политических ораторов легко определились два лидера: В.В. Путин и В.В. Жириновский (15 и 5 голосов соответственно из 28).

Анализ студенческих работ 2015 года (всего было проанализировано 70 эссе) свидетельствует об изменениях в актуализации сфер студенческого внимания и интересов [2]. Так, в 2015 году большинство студентов нашло свой риторически идеал среди политиков и общественных деятелей (41,4%). Тройка лидеров – В.В. Путин, С.В. Лавров, В.В. Жириновский. Далее – по убывающей: школьные учителя (18,6%), журналисты и телеведущие (11,4%), родственники (7,1%), исторические деятели (5,4%), преподаватели Горного

<sup>22</sup> Михальская А.К. Основы риторики. М. 2001. С.449, 473.

университета (3,4 %). В группе «другое» представлены артисты, писатели, священник, юрист, подруга, блогер и астрофизик.

Работы студентов, выполненные в 2017, 2018 годах, отразили по-прежнему высокий уровень интереса к политическим ораторам. Тёплые отзывы были даны также о риторической практике школьных учителей. Заставляет задуматься стабильно невысокий рейтинг вузовских преподавателей. Конечно, объяснить это можно тем, что работы студенты пишут в начале первого семестра, когда новый опыт ими ещё не осмыслен из-за отсутствия временной дистанции. По-настоящему глубокую тревогу вызывает другой факт: из года в год среди студенческих работ появляются 1–2 эссе, в которых героем, эталоном риторического успеха оказывается Адольф Гитлер. В этих работах студенты игнорируют такой важный компонент речей и психологической характеристики автора анализируемых речей, как нравственность, вернее, её отсутствие, преувеличивают важность эмоционального компонента. Часто этими студентами предъявляется к оратору требование элемента развлекательности в любом выступлении. Возможно, это происходит под влиянием многочисленных развлекательных телевизионных шоу, компьютерных игр и других современных электронных ресурсов.

Конечно, поиск риторического идеала как один из приёмов воспитания эффективного оратора – это сложный и длительный процесс, поэтому преподаватель не должен уходить от обсуждения таких сложных вопросов, как «Может ли быть Гитлер риторическим идеалом?». Ответ однозначный: «Нет!» Но обсудить риторический портрет Гитлера можно и нужно. Источником материала для анализа риторических портретов может послужить книга А.К. Михальской, в которой есть главы, посвящённые риторике фашизма [4:117–137]. Следует при этом обсуждении отметить, что при тоталитарных режимах существует благоприятная почва для манипуляций, которые широко применялись и в Германии 30–40-х годов XX века. Так, например, в 1938 году Гитлер призывал нацистских журналистов «не пропагандировать силу как таковую, а представить немецкому народу определённые внешнеполитические процессы в таком свете, чтобы внутренний голос народа начал сам требовать применение силы»<sup>23</sup>.

Что можно посоветовать студентам? Безусловно, можно предложить просмотр в интернете записей лекций известных учёных в программе «Академия» на канале «Культура», например, лекции филолога А.А. Зализняка «Устный русский» (о русском ударении), прочитанные с привлечением интереснейших лингвистических фактов.

Таким образом, система занятий по формированию у студентов технического вуза представлений о русском риторическом идеале не только обучает

<sup>23</sup> Мельник Т.С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. СПб, 1996. С.72.

608 | нормам создания этичной публичной речи, но и воспитывает патриотизм и государственное мышление будущей технической элиты российского общества.

### **Литература**

1. Егоренкова Н.А. Личность оратора глазами современного студента технического вуза // Риторика как предмет и средство обучения: Материалы XV Международной научной конференции. М.: МГПУ, 2011. С. 129–132.
2. Егоренкова Н.А. О статусе риторики в курсе «Русский язык и культура речи» // Русская словесность в научном, культурном и образовательном пространстве: Материалы докладов и сообщений XXI международной научно-методической конференции. СПб: СПбГУПТД, 2016. С. 344–348.
3. Кошанский Н.Ф. Риторика. М.: Русская панорама: Кафедра, 2013. 320 с.
4. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. М., Академия, 1996. 192 с.
5. Русский язык и культура речи: Практикум по риторике / Под ред. В.В. Кудряшовой. Часть 1. СПб: Санкт-Петербургский государственный горный институт (технический университет), 2006. 176 с.

*Egorenkova N.A.*

### **THE SYSTEM OF CLASSES ON THE FORMATION OF IDEAS ABOUT THE RUSSIAN RHETORICAL IDEAL FOR STUDENTS OF TECHNICAL UNIVERSITY**

*Annotation.* This article is related to the studying of the problem of Rhetorical education in the course of “Russian language and the Culture of Speech” in the engineering University. It touches the questions of the methods of teaching the culture of public speech, studying the students’ preferences in the process of building up the Rhetorical ideal.

*Keywords:* Rhetoric, public speech genres, Rhetorical ideal, requirements to the students works.



Научное издание

**Медиариторика и современная культура общения:  
наука – практика – обучение**

*Сборник статей XXII Международной научной конференции  
30 января – 1 февраля 2019 г.*

*Печатается в авторской редакции участников сборника*

Технический редактор *Н. М. Разумова*  
Компьютерная верстка *Е. А. Васюкова*

Гарнитура Таймс. Формат А5.

Редакционно-издательский отдел  
департамента научной деятельности  
Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина  
117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6.  
Тел.: + 7 495 330 88 01. Факс: + 7 495 330 85 65.  
Эл. адрес: [inbox@pushkin.institute](mailto:inbox@pushkin.institute)  
Сайт: [www.pushkin.institute](http://www.pushkin.institute)