

В.Г.Салагаев

Профессор университета «Туран», кандидат филологических наук

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РИТОРИКА В ВУЗЕ

Аннотация. В статье рассматривается содержательный аспект компетентности, выделяются разновидности профессиональных риторик: политическое и дипломатическое красноречие, деловая и военная речь, академическое, правовое (судебное) красноречие, массовые коммуникации, духовное красноречие и др. При этом разновидности риторики включают в себя систему жанров. Совокупность жанров общения, которыми профессионально должно владеть будущее должностное лицо, составляет основу его коммуникативной компетенции. Выводы статьи могут быть использованы при формировании типовых и рабочих планов вузовских специальностей.

В вузе или колледже необходимо формировать и развивать коммуникативную компетентность будущих специалистов, их способность и умение вести общегражданский и профессиональный диалог.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, профессиональная риторика, система жанров, цели общения, логика и образ, точность, логичность, чистота и выразительность речи.

В.Г.Салагаев

«Туран» университетінің профессоры, филология ғылымдарының кандидаты

ЖОО-ДАҒЫ КӘСІБИ РИТОРИКА

Аннотация. Мақалада күзiреттiлiктiң мазмұндық аспектiсi қарастырылады, кәсiби шешендiктiң келесiдей түрлерi айқындалады: саяси және дипломатиялық шешендiк, iскерлiк және әскери сөйлеу, академиялық, құқықтық (сот) шешендiк, бұқаралық коммуникация, рухани шешендiк және т.б. Сонымен бiрге риториканың түрлерi өз iшiнде жанрлар жүйесiн қамтиды. Болашақ лауазымды тұлғаның кәсiби түрде меңгеруi қажеттi қарым-қатынас жанрларының жиынтығы оның коммуникативтiк күзiреттiлiгiнiң негiзiн құрайды. Мақаланың тұжырымдары жоғары оқу орындары мамандықтарының типтiк және жұмыс жоспарларын қалыптастыруда қолданыла алады.

ЖОО мен колледжде болашақ мамандардың коммуникативтiк күзiреттiлiгiн қалыптастырып, дамыту қажет. Олардың жалпы азаматтық және кәсiби тақырыптарда диалог жүргiзу қабiлеттерiн шыңдау керек.

Тiрек сөздер: коммуникативтiк күзiреттiлiк, кәсiби риторика, жанрлар жүйесi, қарым-қатынас мақсаты, логика мен образ, дәлдiк, қисындылық, сөйлеу амалдарының тазалығы мен көркемдiгi.

V.G.Salagaev

Professor of the University «Turan», Candidate of philological sciences

PROFESSIONAL RHETORIC IN HIGH SCHOOLS

Annatation. The article considers the content aspect of competence, identifies the types of professional eloquence: political and diplomatic eloquence, business and military speech, academic, legal (judicial) eloquence, mass communication, spiritual eloquence, etc. At the same time, the variety of rhetoric includes a system of genres. The set of communication genres that a future official should possess professionally is the basis of his / her communicative competence. The conclusions of the article can be used in the formation of standard and working plans of university specialties.

It is necessary to develop communicative competence of the future specialists in colleges and high schools, their ability to conduct everyday and professional dialogues.

Keywords: communicative competence, professional rhetoric, system of genres, aims of communication, logics and image, accuracy, consistence, cleanness and expressive-ness of speech.

Качество подготовки специалиста в современных условиях понимается как достижение образовательных результатов в виде сформированных ключевых компетентностей:

- информационная компетентность (знание предмета);
- коммуникативная компетентность (умение писать тексты и вести диалог);
- компетентность в решении профессиональных проблем.

Умение публично выступать, дискутировать, организованно и эффективно вести переговоры, составлять документы – все эти и другие разновидности коммуникации по советской еще традиции исключаются из стандартных учебных планов специальностей. Способность выпускника и его готовность вести эффективное речевое взаимодействие как бы сами собой разумеются. Между тем практика показывает, что выпускники не владеют убеждающим и влиятельным словом, не умеют писать профессиональные тексты. Выход один – этому надо учить. Дисциплина, которая поможет будущему специалисту вести результативное профессиональное и личное общение, называется риторикой. Проблема заключается в том, какой объем знаний предмета нужен будущему специалисту и какие именно умения необходимы и достаточны ему для успешной работы.

Существует старая традиция делить риторику – учение о речевой деятельности на общую и частную. Общая риторика рассматривает систему базовых понятий и принципиальные позиции коммуникативного взаимодействия: правила общения в социуме (этнос), знания, ценности, опыт, способности и энергетику языковой личности (пафос), технику логико-языковой аргументации и этико-психологического убеждения (логос) [1]. Знание этих принципов и алгоритмов, некоторый опыт общения в гражданском социуме студенты могут приобрести в курсе «Общая риторика», или проще «Риторика». Владение жанрами устных коммуникаций и умения документального взаимодействия во внутренней и внешней среде фирмы студенты могут получить в профессиональных практических курсах, которые могут называться «Бизнес-риторика», «Практическая риторика», «Педагогическая риторика», «Риторика для юристов» и подобное [2,3,4]. Кстати скажем, что лучше всего такие спецкурсы могли бы разработать и вести филологи, так как словесность – предмет их забот.

Частная риторика (как учение и практика) опирается на специфические условия общения в разных средах и своеобразные правила его ведения, совокупность требований к людям разных сферах деятельности и правилам информационного влияния в корпоративной и внешней среде (PR). Современная филология выделяет такие частные разновидности риторики:

1. *Речи политические:* парламентские слушания и дебаты, пропаганда, агитация, круглые столы, конференции лозунги и призывы, речи лидеров на политических собраниях, жанры политических СМИ и др.;

2. *Дипломатическое общение*: этикетные протокольные жанры, переговоры и переписка, консульская документация, конференции и др.;

3. *Деловая речь*: деловые переговоры с заключением и оформлением сделок, совещания, телефонные контакты, учредительные, организационные, распорядительные документы, внутренняя и внешняя переписка и др. [5];

4. *Военное красноречие*: воинские уставы и наставления, боевой призыв, боевой приказ, штабная переписка, ГП/ и радиосвязь на учениях и в боевых условиях и др.;

5. *Академическое красноречие*. Оно состоит, во-первых, из *преподавательских жанров*: лекции и циклы лекций, учебные курсы, разработки семинарских, практических и лабораторных занятий, руководство учебными дискуссиями, доклады, научные и методические статьи, учебные пособия. *Студенты* используют такие жанры: конспекты, рефераты, семинарские сообщения и дискуссии, лабораторные исследования, курсовые и дипломные работы и др. [6];

6. *Педагогическое общение* в школе: планы по дисциплинам (перспективные и поурочные), урок, устные рассказы детей, их письменные сочинения, детские дискуссии и литературное творчество и др.;

7. *Правовое общение, судебное красноречие*: тексты законов и кодексов, допрос, свидетельские показания, юридические консультации, судебные слушания, речи обвинения и защиты, их прения и др.;

8. *Духовно-нравственное красноречие*: канонические тексты (для христиан - Библия и Евангелие), сочинения отцов церкви, житийная литература, проповеди, беседы с верующими, исповедь, молитва, курсы богословия, богословские диспуты и др.;

9. *Бытовое общение*: дружеская беседа и спор, семейные беседы, неофициальные контакты на работе, телефонный диалог, частная переписка и др.;

10. *Массовые коммуникации: телевидение, радио, печатная и интернет-журналистика* со всеми жанровыми подробностями внутри каждой разновидности;

11. *Диалоги с самим собой*: мысленная подготовка к письменному или устному высказыванию, чтение «про себя» с критической или позитивной оценкой, споры с «alter ego», внутреннее планирование и репетиции и др. [7].

Для частной риторики более приемлем термин «профессиональная», так как она касается разных областей жизни и связана с деятельностью людей разных профессий и должностей. К тому же термин имеет большую объясняющую силу. При этом профессиональная риторика теоретически обобщает опыт конкретной культурно-языковой среды и учит практике общения по тем нормам, которые в ней сложились к настоящему моменту. Отсюда как раз и следует, что готовя студентов и магистрантов к профессиональной деятельности, вуз или колледж, обязан сформировать у будущих специалистов *профессиональную коммуникативную компетентность* как основу для успешной работы на соответствующих должностях.

Как видно из перечня разновидностей (который может построен на других основаниях), каждая из них делится на конкретные жанры – монологические и диалогические, свойственные автору или слушателю (читателю, воспринимающему), тематически приходящие той или иной профессиональной сфере деятельности.

Далее нам хотелось бы обратить внимание на жанровый аспект общения профессионалов. Ведь по своей должности управленец имеет дело, например, с документами учредительными, организационными, информационными, по трудоустройству и по связям с общественностью, то есть со специфической совокупностью текстов разных жанров. При этом профессионал должен стремиться к тому, чтобы создаваемые им тексты или устные выступления были влиятельными, эффективными. Это должен понимать и политик, и управленец в бизнесе, и журналист, и педагог, и маркетолог, то есть каждый, для кого *слово есть дело*.

Профессионал должен осознавать также, что человеческое мышление осуществляется в двух формах – логической и образной, и им соответствуют две разновидности познания – наука и искусство, взаимно дополняющие друг друга. В конкретных текстах логика и образ сосуществуют в разных пропорциях, одновременно выражаясь в словаре, грамматике, композиции текста. Формально-мысловое своеобразие некой совокупности однородных текстов и составляют модель (матрицу, схему, скелет) жанра. Подчеркнем, что в каждом жанре и форма, и содержание оригинальны и неразделимы. В то же время между жанрами, как и разными областями жизнедеятельности, не существует абсолютных границ.

Повседневное общение в каждой сфере профессиональной деятельности «должностного лица» складывается из последовательного применения определенных жанровых форм. Для иллюстрации возьмем служебную ситуацию «командировка». «Сценарий» *информационных действий* для достижения цели командировки складывается обычно так. Инициатива командировки может принадлежать вашему непосредственному начальнику. «Просчитав ситуацию», он *устно* объясняет вам, почему поездка необходима, что именно, в какие сроки и с каким результатом должно быть сделано. Вы уясняете себе задачи и соглашаетесь выполнить поручение. Далее ваш начальник обосновывает в *докладной записке* руководителю предприятия необходимость вашей командировки. Будущим партнерам по *электронной почте или спецсвязи* направляются проекты договора, другая информация. Издаётся *приказ*, в котором в категорической форме формулируются конкретные поручения вам, сроки командировки, денежное содержание и формы отчетности. Затем вы получаете деньги, садитесь на поезд и «отбываете в командировку». Там вы встречаетесь с нужными людьми, проводите по протокольной процедуре *устные переговоры* и заключаете выгодный обоим сторонам *договор*, оформив его по юридическим и другим правилам жанра, и едете обратно. По возвращении вы составляете письменный *отчет*, устно докладываете начальству о результатах, оформляете *авансовый (финансовый) отчет* в бухгалтерию, которая проводит окончательный денежный расчет с вами.

Как видим, общая коммуникативная ситуация - совокупность обстоятельств общения, состава его участников и правил процедуры - делится на относительно самостоятельные «микрорепизоды» с применением разных видов коммуникации.

Совокупность жанров общения, которыми должно владеть должностное лицо, составляет основу его коммуникативной компетенции. Для вузовского преподавателя – это формы общения, используемые в учебно-воспитательном процессе. Надо уметь составлять научно-методические документы: рабочие программы курсов, конспекты лекций, планы семинарских, практических и лабораторных занятий, СРС, СРСП, тесты – что составляет учебный курс. Надо уметь читать лекции, организовывать мыслительную деятельность студентов на семинаре, выстраивать лабораторные микроисследования, направлять студентов на результативное изучение источников и живой реальности.

Теперь с учетом рекомендаций общей риторики предложим алгоритм разработки профессионального текста в любом жанре.

Марк Тулий Цицерон формулировал последовательность действий оратора таким образом: 1) найти что сказать; 2) найденное расположить по порядку; 3) изложить; 4) запомнить; 5) произнести.

Эту общую схему необходимо детализировать применительно к избранному жанру.

1. Первая позиция в руководствах по риторике называется «инвенция», или «изобретение», или «формирование замысла». Этот этап включает а) поиск источников достоверной, актуальной и полной информации по теме; б) извлечения в свернутом виде данных этих источников (выписки, цитаты, конспект, резюме, табличные данные и под.), в) определение проблемных точек и выработка собственной гипотезы решения проблем; г) формулировка темы.

Этическая сторона этого этапа означает, что источникам должны доверять не только вы, но и ваши слушатели или читатели. Иначе текст не будет убедительным. Актуальной информация может также быть в разной степени для вас и вашей аудитории. Иначе она не вызовет встречного интереса – главного двигателя взаимопонимания. Необходимый и достаточный объем привлекаемых сведений и мнений также служит взаимной убежденности лектора и аудитории. Важно перед планированием и написанием текста «протестировать» будущих слушателей: их количество, возраст, осведомленность и заинтересованность, ценностные ориентиры и др.

По *целям* общение может быть:

- а) *информирующим* (для сообщения сведений и их адекватного восприятия);
- б) *аргументирующим* (для высказывания и доказательства своего мнения и изменения мнения собеседника);
- в) *агитирующим, пропагандистским* (для побуждения к каким-либо действиям, как в рекламе);
- г) *эвристическим* (для совместного нахождения истины);
- д) *эпидейктическим*, то есть *оценочным* (для выражения рациональной, эмоциональной или нравственной оценки чего-либо);
- е) *гедонистическим*, то есть *развлекательным* (для того, чтобы доставить удовольствие себе и партнерам по общению);
- ж) *поэтическим* (для создания образно-ценностной, эстетической «картины мира» и ее адекватным восприятием читателем или зрителем).

При формировании замысла весьма важна формулировка общей цели: рассказать, объяснить, доказать, поставить проблему, обсудить, выработать общую точку зрения и др. Эту цель следует конкретизировать применительно к времени, месту, составу слушателей и прочим условиям и принятым правилам общения в данной ситуации.

Цель конкретного акта коммуникации должна быть ясно осознана и сформулирована автором текста как можно точнее. Именно конкретика позволит вам держать себя в узде на всех стадиях разработки темы и во время общения.

Надо продумать также и организацию общения. Имеется в виду формирование наилучших отношений между ритором и слушателями (читателями), выбор места, времени и другое.

2. Планирование текста означает – определение его структуры, композиции, что, в свою очередь, предполагает порядок расположения аргументации. Убедительность вашего текста будет зависеть от отобранного количества и, главное, качества аргументации.

Уместно напомнить, что логически правильное доказательство состоит из *тезиса* (то, что требуется доказать), *аргументов* (истинных суждений, обосновывающих истинность тезиса) и *демонстрации* (логической связи между тезисом и аргументами). Так вот, когда говорят об аргументации, то имеют в виду именно эту *базу обоснования*, ее состав и качественные характеристики. Каковы же эти качества и свойства?

Со времен античности принято выделять естественные доказательства, называемые эвиденцией. Искусственные доказательства подразделялись на логические, этические и чувственные. Позднее логические доводы были объединены с естественными доказательствами под названием *argumentum ad rem* (аргументы к делу). Остальные искусственные доказательства стали называться *argumentum ad hominem* (аргументы к человеку). «Аргументы к делу» составляют основу доказательства, а «аргументы к человеку», к его чувственной и этической сфере, составляют арсенал воздействия на психику человека.

Естественные доказательства, в свою очередь, включают такие разновидности, как *факты, аксиомы науки и статистика, законы и общепринятые теории*.

Этические и чувственные аргументы в логическом доказательстве признаются сла-

быми. Но они могут (в зависимости от событийного и информационного контекста) приобрести силу в этической беседе или рассказе о событиях, приключениях, катастрофах и т.д.

Составляя план разумно идти от общего планирования текста к детализации. «Сначала скажите, что вы хотите сказать. Затем скажите это самое. И в заключении повторите главное», – хорошо написано в одном из риторических руководств. Собственно говоря, вводная часть текста – это (почему и о чем я намерен говорить в данной аудитории). Основная часть лекции – это логос, то есть развернутая аргументация. А пафосная часть – заключение – предлагает решение или итоговые формулировки объяснения или сообщения, то есть формулируется результат анализа.

3. Наиболее сложным является само написание текста лекции, доклада или разработки в другом жанре. К хорошему изложению предъявляется ряд общих требований. Вот основные из них: правильность, точность, логичность, чистота, богатство, выразительность, простота и краткость. Раскроем в сжатом виде смысл некоторых общественных требований к хорошей речи.

Точность – это позитивное качество речи, которое предполагает соответствие смысловой ее стороны словесному выражению.

Различается предметная точность (фактическая) и понятийная (собственно логико-речевая).

Предметная точность означает хорошее знание предмета речи, о котором я говорю. Если я искажаю факты, или просто не знаю чего-либо, или знаю мало, то ни о какой точности говорить нельзя. Речь не может быть полноценной, если я не знаю ее предмет. Поэтому-то такая точность и называется предметной. Нельзя уверенно говорить о том, чего не знаешь. Право говорит на какую-либо тему нужно завоевать упорным трудом.

Понятийная точность – это соответствие значения слова объему выражаемого в нем понятия. Значит, нужно правильно *выбирать* слова, употреблять их в тех значениях, которые закреплены за ними в современном литературном языке и отражены в толковых словарях.

Точность словоупотребления зависит от выбора слова из синонимического ряда, выбор адекватного контексту значения многозначного слова. Точность требует не смешивать паронимы, не использовать тавтологичные слова. Особенного внимания требует использования терминов: они должны быть понятны, должны прояснять сущность явления или быть распространенными в профессиональной среде.

Точность речи, таким образом, связана и с хорошим знанием предмета речи, и со знанием лексики и фразеологии языка, и правилами сочетаемости слов.

Логичность речи предполагает умение последовательно, непротиворечиво и аргументировано излагать ее содержание.

Между логикой мышления и логикой изложения существует глубокая внутренняя связь. Для того чтобы научиться говорить и писать логично, нужно научиться логично мыслить, овладеть правилами рассуждения, не допускать логических ошибок и просчетов. Но кроме этого, надо научиться так строить речь, чтобы логические связи текста были вполне понятны собеседникам или читателями. Особенно это касается научных, учебных и деловых текстов. Эта сторона доказательной речи тесно связана с формальной логикой.

Богатство речи – это и глубина мысли и чувства, и богатство лексики, и грамматическое разнообразие речи, это и богатство интонационной палитры произношения и другое.

Чистота речи – это отсутствие слов и выражений, чуждых литературному языку, чуждых этическим нормам.

Нашу речь засоряют диалектные, узкопрофессиональные, жаргонные слова, грубое просторечие и брань.

Выразительность речи позволяет усилить впечатление от сказанного, воздействовать не только на разум, но и на чувства и воображение собеседника.

Во всех этих случаях более эффективной и будет личностно окрашенная, то есть выразительная речь. При непосредственных контактах выразительность нашей речи придают голос, мимика и жестикация, в целом двигательное поведение, передающее наши эмоции и умонастроения.

Семантических (смысловых) способов сделать речь яркой и оригинальной достаточно много. Назовем некоторые: повторы, эпитеты, метафоры, сравнения, ирония, аллегории, гиперболы, каламбуры, риторические вопросы, восклицания и обращения и многое другое. При этом профессионал должен не только понимать их свойства и силу, но – главное – уметь уместно ими пользоваться.

Словесные образы обладают:

1) наглядностью, «картинностью», которая достигается сравнением называемых предметов или их близостью: *на сердце кошки скребут; волны безут; Уж побледнел закат румяный, / И тополи, стеснившись в ряд, / Качая тихо головою, / Как судьбы, шепчут меж собою* (Пушкин);

2) способностью передать субъективный взгляд на вещи, эмоции, оценки;

3) они дают возможность слушателю или читателю включиться в словесную игру, получив тем самым удовольствие от обращенной к нему речи. «Люди не столько слушают речь, сколько видят и чувствуют ее»;

4) достоинством словесных образов является их смысловая емкость, способность выразить «немногим многое»: *страна ликует; закат побледнел; «многоишущее человеческое хотение»* (Иван Грозный);

5) словесный образ обладает внутренней энергией, интенсивностью, которая обращена к чувственным впечатлениям и ощущениям: зрительным, обонятельным, слуховым, осязательным, вкусовым.

Каждый жанр (лекция, приветствие, полемическая реплика и др.) обладает определенным соотношением логики и образности. Слушатели и читатели имеют свои жанровые представления и ожидания. С этой точки зрения они и судят об авторе, внутренне или публично спорят с ним или принимают ту «картину действительности», которую им предлагают в речи.

ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Рождественский Ю.В.* Теория риторики. М.: Добросвет, 1999. 482 с.
2. *Стернин И.А.* Практическая риторика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2003. 272 с.
3. *Михальская А.К.* Педагогическая риторика: история и теория: Учеб пособие. М.: Академия, 1998. 432 с.
4. *Введенская Л.А.* Риторика для юристов: Учебное пособие / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. Изд. 6-е. Ростов н/Д: Феникс, 2007. 568 с.
5. *Салагаев В.Г.* Культура делового общения. Деловая риторика. Деловые документы: Учеб. пособие. Алматы: Каржы-Каражат, 2003. 232 с.
6. *Салагаев В.* Как написать диплом и диссертацию: Учебное пособие для выпускников бакалавриата и магистратуры гуманитарных специальностей. Алматы: Университет «Гуран», 2014. 320 с.
7. *Львов М.Р.* Риторика. Культура речи. М.: Издательский центр «Академия», 2004. С. 43-44.