

### **Лекция 3. Целевая установка деловой коммуникации.**

*Виды речи (эпидейктическая, информационная, аргументирующая).*

*Замысел речи: логико-речевое доказательство, тезис, аргументация, дедуктивная демонстрация, демонстрация по аналогии, дополнительные виды демонстрации, искусство публичного выступления и дискуссии.*

*Речевой этикет учителя.*

***Виды речи (эпидейктическая, информационная, аргументирующая)***

#### **Информирующая речь и ее особенности.**

Наиболее распространенными видами информационных выступлений являются: информация; объяснение, инструкция; объявление; аннотация; лекция; доклад, сообщение; устный ответ; автобиография.

Информация – это короткое устное сообщение о каких-либо событиях, которые произошли. Она должна быть краткой, содержать факты и быть новой, интересной для слушателей. При выступлении с информацией нужно поставить себе задачу – интересно рассказать о факте.

Типичные названия для информационных выступлений: «Это интересно», «В мире интересного», «Интересные факты».

Объяснения (инструкция) должны быть короткими и понятными. Например, надо объяснить тому, кто этого не знает, как проехать по городу до того или иного места, как кормить собаку, как ухаживать за аквариумными рыбками, как записать передачу на видеомаягнитофон, как пользоваться электрическим прибором. Объяснять надо шаг за шагом и переходить к следующему шагу, только если убедились, что предыдущий шаг ваш собеседник понял.

Объяснение может быть и учебным: так, преподаватель или учитель использует объяснение для краткого изложения учебного материала на уроке или занятии.

Объявление – это сообщение о том, что предстоит, что произойдет. Выступая с объявлением, надо говорить медленно, четко, повторяя самые важные места: например, время и место сбора (если вы делаете объявление о воскресной поездке за город); в объявлении надо предусмотреть все трудности, которые могут возникнуть у людей, пожелавших воспользоваться этим объявлением, сказать, что нужно обязательно взять с собой, когда предполагаете вернуться, что делать тем, кто опоздает к назначенному сроку (такие будут обязательно).

Если вы делаете объявление о предстоящем празднике или концерте, надо закончить приглашением всем прийти на этот праздник, повторив место

проведения и время начала. Особенно важно повторять объявления, в которых сообщается об отмене ранее объявленного мероприятия или о его переносе.

Помните, что при устном объявлении слушатели плохо понимают и запоминают даты, время, цифры, их надо несколько повторить под запись или записать на доске.

Аннотация – это краткое изложение содержания книги или фильма. Аннотации содержания книг часто печатаются в самих этих книгах, а аннотации фильмов можно иногда увидеть на коробках видеокассет. Это делается для того, чтобы покупатель мог сразу узнать, о чем книга или фильм. Устная аннотация обычно делается в информационных или рекламных целях.

Лекция – это учебное, научное или научно-популярное выступление специалиста, в котором раскрывается какая-либо тема.

Доклад – развернутое сообщение, которое раскрывает важную научную или общественно-политическую проблему. После доклада проблема обсуждается, докладчику задают вопросы. Доклады могут длиться от 15–20 мин до 1 ч и более.

Сообщение – это маленький доклад по какому-либо отдельному, частному вопросу. Сообщения могут дополнять чей-либо основной доклад.

Устный ответ – это рассказ об изученном в присутствии учителя или преподавателя. Устный ответ должен показать, что вы знаете самое главное по тому вопросу, который вам задан. В нем надо определить термины, назвать основные факты и привести примеры, а также сделать вывод.

Особый тип информационного выступления – автобиография. Это сообщение человека об основных этапах его жизненного пути. Обычно автобиографию пишут письменно, но бывают случаи, когда человека просят (например, когда с ним знакомятся или принимают на собрании в какую-либо общественную организацию) рассказать автобиографию.

### **Общие правила подготовки информационных выступлений**

Цель любого информационного сообщения – дать сведения о том или ином предмете, причем так, чтобы слушателям это было интересно. Желательный результат любой информационной речи – возглас слушателей: «Как интересно!».

Главное в любом информационном выступлении – суметь передать свои знания, донести до слушателей информацию. Очень важно использовать различные способы преподнесения материала. Надо несколько раз повторить основные положения, привести яркий пример, записать во время

выступления на доске цифры, цаты, проиллюстрировать свое выступление рисунками, схемами, иллюстрациями и т.д. Информационные выступления бывают разных типов. Общие правила, которые должны соблюдаться при подготовке информационных выступлений любого типа.

1. Должно содержать новую для слушателей информацию.
2. Быть актуально для слушателей, т. е. интересно для них сейчас, в данный момент.
3. Содержать полную информацию.
4. Должно заинтересовать слушателей в получении новой, дополнительной информации по данной теме.
5. Должно содержать несколько конкретных фактов.
6. Должно содержать два-три раздела (пункта плана), не больше.
7. Быть кратким.
8. Четко переходить от одного пункта к другому.
9. Не использовать много жестов.
10. Не говорить слишком эмоционально.

### **Аргументирующая речь. Функции и разновидности аргументирующей речи. Общая характеристика аргументирующей речи.**

Убеждающая и агитирующая речь объединяются под названием «аргументирующая речь». Общая цель оратора в аргументирующей публичной речи – убедить аудиторию согласиться с говорящим в спорном вопросе, доказав свою правоту. Определяя свою общую цель, оратор должен предварительно обдумать, на какого рода спорный вопрос он будет отвечать в речи, а следовательно, какую речь он собирается предложить аудитории – убеждающую или агитирующую. Либо он намерен убеждать слушателей в правоте своего мнения (убеждающая речь), либо призывать к необходимости определенных действий (агитирующая речь). Спорный вопрос – это проблема речи.

Следующая задача, которую должен разрешить оратор при подготовке речи, – это четко сформулировать свой тезис. Тезис – «ответ на спорный вопрос», «способ решения проблемы» должен быть сформулирован совершенно ясно для самого оратора и, что главное, конкретно.

Далее наступает этап оценки тезиса: говорящий должен определить, как его тезис будет воспринят аудиторией. От этого зависит выбор стратегии доказывания.

В том случае, когда трудно предусмотреть отношение аудитории к выдвигаемому тезису, выгоднее всего использовать индуктивную стратегию доказывания, т. е. идти от доказательств к формулированию тезиса, который может быть назван в полном виде ближе к концу речи (такую же стратегию может использовать учитель, выбирая индуктивные методы при объяснении нового материала).

Планирование и тактика вводной части аргументирующей речи. При подготовке аргументирующей речи (убеждающей или агитирующей) необходимо обратить особое внимание на разработку ее вводной части, так как в речи этого типа говорящему важно с первых слов привлечь и расположить к себе слушателей. При этом следует руководствоваться рядом принципов. Назовем основные:

- а) заинтересовать слушателей;
- б) расположить слушателей к себе.

Для выполнения второй задачи – расположить адресата к себе, склонить на свою сторону – можно использовать ряд приемов и средств.

1) Первые фразы речи могут содержать тактичную шутку (не раздражающую слушателей, а, наоборот, примиряющую аудиторию с оратором), афоризм или цитату (тоже «примиряющего» характера). Желательна также похвала в адрес аудитории (фигура «одобрения»), но ни в коем случае не слишком явная, не грубая.

Говорящий с самого начала речи должен продемонстрировать, что он не намерен «давить» на аудиторию, влиять на нее, принуждать ее к чему-то. Напротив, он показывает свою объективность, честность, заинтересованность в общем согласии (конструктивный подход к проблеме), заботу об интересах и благе слушателей, уважение к собравшимся. Поэтому следует избегать таких слов, как: *вы должны, вам придется, я заставлю вас, вы вынуждены будете признать, что...* и т. п. Гораздо лучше звучат риторические вопросы: *Не лучше ли принять то-то и то-то... ?*, *Не разумней ли предположить, что... ?*, *Не естественней ли думать, что... ?* и т. д., а также вводные слова *вероятно, по-видимому, возможно* и прочие – т. е. все те фигуры, слова и выражения, которые позволяют смягчить категоричность высказывания.

Заинтересовать же слушателей легче всего, прямо связав обсуждаемую проблему («спорный вопрос») с их собственными, личными, даже семейными и бытовыми, материальными, жизненными интересами (принцип близости), а также придав этому вопросу конкретную форму (принцип конкретности).

Во введении к убеждающей речи может быть сформулирован ее главный тезис (а может и не быть, все зависит от настроения и особенностей аудитории). Так или иначе, говорящий должен сказать (очень кратко) о том, какой, собственно, вопрос он будет рассматривать и на каких проблемах, относящихся к этому вопросу, остановится, т.е. кратко пояснить структуру выступления. Последнее совершенно необходимо, если речь продолжится более 7–10 минут.

### **Планирование и тактика основной части**

Основная часть («Середина») аргументирующей речи содержит тезис (тезисы) и необходимые доказательства. Для того чтобы доказательства приобрели воздействующую, убеждающую силу, оратору придется провести соответствующую работу.

1) Начальный этап состоит в подготовке перечня имеющихся доводов и, если необходимо, «изобретении» (подборе) дополнительных. Например, ваш тезис для убеждающей речи: *Каждый должен заботиться о собственном здоровье* (а для агитационной речи: *и начать это делать немедленно*). Возьмите листок бумаги и напишите все доводы, которые приходят вам в голову. Получаем некий список доводов, расположенных пока в произвольном порядке. Например: *В здоровом теле – здоровый дух; Самый трудолюбивый человек ничего не сможет достичь, если он не здоров; Болезнь отравляет всякое благополучие; Больной – раб своего тела; Болезнь в наше время влечет за собой денежные траты, нередко значительные; Не заботиться о здоровье – значит быть безответственным не только перед собой, но и перед своими близкими; Лучше предупредить болезни, чем их лечить; Больному трудно устроиться на работу; Больной или нездоровый человек легко может потерять работу* и т. д.

2) Следующий этап работы – приведение этого хаотического пока нагромождения доводов к вашему тезису в более или менее стройный порядок, в систему, так, чтобы каждый довод получил в ней свое место и стал в результате аргументом – доказательством.

4) Порядок расположения доводов по их «силе» во многом зависит от настроения аудитории; если аудитория недоброжелательна, рекомендуется располагать доводы «по восходящей силе» и заканчивать самым сильным; если отношение аудитории нейтрально или доброжелательно, ведущие доводы (или исчерпывающий довод, если таковой имеется) можно использовать в начале аргументации или тогда, когда вам это удобней. В любом случае нужно внимательно отнестись к тому, чтобы аргументы подавались последовательно, т. е. каждый набор доводов должен следовать

за «своим» тезисом (или предшествовать именно ему, если вы выбрали индуктивный – сократовский – метод аргументации). Это значит, что ваш общий тезис должен быть четко расчленен на отдельные позиции, «субтезисы», а каждая такая позиция должна получить свои подтверждения – доводы.

### **Планирование и тактика заключения**

Заключение и убеждающей, и агитирующей речи – очень важная их часть. Отнестись к ней необходимо максимально внимательно. Хорошее заключение может спасти положение даже при некоторых недостатках аргументации. Верно и обратное: плохим заключением можно непоправимо испортить все впечатление от речи.

1) Для заключения важнее всего: четкий, броский, выкристаллизованный вывод (можно в образной форме), а не повторение позиций и фактов, раскрытых и приведенных в основной части. Возможно использовать, как во введении, цитату, афоризм, шутку – в зависимости от речевой ситуации. Для агитирующей речи, чтобы окончательно сформировать мотив тех действий адресата, которых вы хотите добиться, обратиться: а) к чувству долга слушателей, к лучшим сторонам человеческой природы, к самым чувствительным струнам души каждого; б) или (и) к личным, даже, возможно, материальным выгодам, которые слушатели получают для себя в результате этих действий.

2) Если речь агитирующая, обратите внимание на то, чтобы конкретно указать, каких именно действий вы ждете от слушателей, когда и в какой форме эти действия должны быть совершены. Например, если цель такой речи – сбор пожертвований или средств на что-то, скажите, сколько денег, кому, где и когда нужно сдать.

3) И убеждающая, и агитирующая речь, как правило, заканчиваются призывом к аудитории. В убеждающей речи это призыв – следовать сформированным в ходе слушания речи убеждениям. В агитационной – призыв к определенным и конкретным реальным действиям (например, идти на выборы тогда-то и туда-то и голосовать за того-то или тех-то или выразить свое отношение действием, поддержать говорящего поднятием руки или даже, бывает, уходом вместе с оратором из аудитории). В последнем случае, чтобы воздействовать на публику в нужном направлении и сделать это с пользой для себя, эффективно, оратор должен уметь верно оценить ситуацию и психологию слушателей.

4) Заключение обязательно должно быть оптимистичным, должно выполняться «на подъеме», создавая такой же подъем и у публики.

## Разновидности аргументирующий речи.

**Убеждающая речь** – это выступление, в котором говорящий ставит целью заставить аудиторию поверить в правильность его точки зрения, доказать или опровергнуть какие-либо положения, стремится объяснить сущность явлений и их взаимосвязь. Убедить – значит заставить поверить в вашу правоту, принять вашу идею.

Когда человек пытается в чем-то убедить другого человека или группу людей, он начинает аргументировать, т. е. приводить аргументы в поддержку некоторой идеи (тезиса).

Существуют следующие основные виды убеждающих выступлений:

- воодушевляющие;
- агитационные;
- собственно убеждающие.

Воодушевляющее выступление создает у слушателей положительный эмоциональный настрой, уверенность в своих силах, настроить их на оптимистический лад. Такое выступление должно пробудить эмоции, напомнить людям известное, но не вполне осознаваемое ими, обострить в их сознании значение происходящих или произошедших событий. К таким выступлениям относятся, например, речь тренера перед игрой, настраивающая команду на победу; выступление кандидата на выборах перед своими сторонниками, в котором он выражает уверенность в победе; выступление с характеристикой успехов работы организации во время празднования ее юбилея и т.д.

Правила подготовки воодушевляющего выступления.

1. Краткость, но не односложность (не менее 1 – 2 мин).
2. Повышенная эмоциональность.
3. Напомнить о предшествующих успехах и победах.
4. Восхититься профессиональными качествами, решительностью, моральным духом участников предстоящих событий.
5. Обязательно выразить уверенность в успешном преодолении предстоящих трудностей.

Агитационные выступления ставят целью побудить слушателей к новому действию, продолжению или прекращению осуществляемых ими действий. Агитационное выступление всегда призывает собравшихся что-то сделать, предпринять, совершить поступок. Приводятся только аргументы «за», в поддержку защищаемого тезиса.

К агитационным выступлениям относятся речи на политических митингах, призывающие поддержать того или иного кандидата на выборах,

рекламные выступления, выступления на собраниях с призывами поддержать какую-либо инициативу, принять участие в каком-либо деле или общественной акции, выступления с призывом приступить к чему-либо или отказаться от чего-либо. Это выступления, заканчивающиеся призывами типа: *Покупайте! Страхуйтесь! Бросьте курить! Откажитесь от жирной пищи! Примите участие! Пожертвуйте! Поставьте свою подпись! Обратитесь к своему депутату и потребуйте! Голосуйте за* и т.д.

Правила подготовки агитационного выступления.

1. Выступление должно быть эмоциональным.
2. Оно должно быть кратким и образным.
3. Необходимо говорить короткими фразами.
4. Громкость должна быть выше средней.
5. Надо дать слушателям все необходимые данные для принятия ими немедленного решения.
6. Должны приводиться аргументы «за».
7. Не должно остаться никаких неясностей или недоговоренностей.
8. Необходимо учитывать, может ли аудитория совершить рекомендуемое действие (например, люди должны иметь средства, чтобы купить то, к чему их призывают, призыв к голосованию должен быть обращен к людям, имеющим право голоса, и т.д.).
9. Аудитория должна быть приведена к согласию.
10. Выступление необходимо завершить прямым призывом к совершению конкретного действия.

Цель собственно убеждающих выступлений – побудить аудиторию принять определенную точку зрения, оценку событий, мнение.

К такого рода выступлениям относятся выступления политиков и кандидатов на выборные должности с изложением своей программы; публицистические выступления на митингах и собраниях; морально-этические выступления; выступления известных людей по тем или иным обсуждаемым в обществе проблемам с предложением того или иного их решения, выражением собственной точки зрения, а также проповеди. В собственно убеждающем выступлении приводятся аргументы и «за», и «против», а также показывается, что тезис, защищаемый выступающим, наиболее аргументирован.

Это наиболее трудный вид убеждающих выступлений и публичных выступлений вообще. Нам иногда нелегко бывает убедить в чем-либо даже одного близкого человека, а убедить аудиторию гораздо сложнее. Умение

выступать с эффективными убеждающими выступлениями – мечта любого политика, руководителя учреждения, журналиста, телеведущего, ученого.

Собственно убеждающее выступление – это синтез всех знаний, умений и навыков оратора, отражение высокого уровня его общей риторической подготовки.

Правила подготовки собственно убеждающего выступления.

1. Использовать общие правила эффективной аргументации:

- быть эмоциональным;
- обращаться к жизненно важным фактам;
- стараться показать слушателям реальную пользу от ваших предложений или информации;

– отвлекаться в изложении;

– быть лаконичным;

– ссылаться на авторитеты;

– использовать цифры;

– опираться на наглядность;

– использовать юмор.

2. Темой выступления должен быть спорный вопрос, который сейчас актуален, обсуждается в обществе и по которому есть разные точки зрения.

3. Продолжительность выступления не более 3 – 5 мин.

4. Умеренная эмоциональность (слушатели должны ее чувствовать).

5. Затрагивать благородные эмоции (чувство гнева, ненависти, справедливости, несправедливости).

6. Затрагивать вопрос истины – что правда, а что нет.

7. Использовать короткие фразы.

8. Словесно выразить и не менее чем три раза повторить доказываемый тезис.

**Эпидейктическая речь. Этос, пафос, логос в эпидейктической речи.**

**Устные жанры в эпидейктической речи.**

Эпидейктическая речь – это так называемая «речь на случай», речь торжественная, произносимая в речевых ситуациях особого рода: на юбилеях, других торжественных актах, на съездах партий или просто на вечеринках, – тогда, когда люди собираются, чтобы почувствовать свое единство, осознать себя как единую общность, как коллектив единомышленников, сотрудников, соратников, – или просто приятно провести время вместе, среди друзей (в последнем случае цель речи – не

только сплотить коллектив, но и развлечь слушателей). Следовательно, главная функция и общая цель эпидейктической речи – воодушевление и сплочение аудитории. Ее задача – хвала всему тому, что делает данную общность коллективом (утверждение общечеловеческих или (иногда) особых, определенных нравственных и других ценностей) или (и) хула всему тому, что противостоит интересам данной общности или ценностям, принятым ею.

Разновидности эпидейктической речи.

а) Похвала лицу по особому случаю: юбилеи, тосты, надгробные речи и пр. Нередко похвала лицу выполняется как похвала деяниям (делам) этого лица. В античности последняя разновидность эпидейктической речи называлась «энкомий».

б) Похвала деятельности всего коллектива как целого, его достижениям, чаще всего с выражением надежды на дальнейшие успехи.

в) Похвала явлению (обычно науке, области знания или другому общему делу, которое связывает, объединяет собравшихся «по случаю» людей). В подобной речи оратор, как правило, ставит целью воодушевить аудиторию для дальнейшей деятельности, заинтересовать предметом речи (это, например, делает учитель, начиная первый урок, посвященный новому предмету).

г) Хула (осуждение, порицание) «противостоящей» общности людей, или ее представителя, или (и) ее ценностей. Нередко похвала «своим» в одной речи сочетается с хулой «чужим».

Если «хвалебные» речи направлены на возбуждение у слушателей «положительных» активных эмоций (восторга, радости) и чувств (любви, преданности, благодарности), то «порицающие» речи (хула) возбуждают эмоции отрицательные, но тоже «активные»: ярость, ненависть, гнев, презрение, негодование (ни в коем случае не «пассивные» – не тоску, не страх, не безнадежность, не уныние).

Итак, эпидейктическая речь – это прежде всего призыв к чувствам, апелляция к эмоциональной сфере слушателя. Она должна затрагивать глубоко личные струны человеческой души. Предметом такой речи может быть все что угодно, особенно если это речь не слишком серьезная, а скорее развлекательная, «гедонистическая».

Со времен Аристотеля, давшего ответ на эти вопросы, традиции хвалебной речи в основном мало изменились. Хвалить, по Аристотелю, нужно, естественно, добродетель в разных ее проявлениях. Что же такое добродетель? В европейской этической (и риторической) традиции

добродетель понимается как способность оказывать благодеяния: величайшие из добродетелей – те, что наиболее полезны для людей. Это:

- мужество
- благоразумие
- справедливость
- рассудительность
- мудрость
- великодушие («благородная широта натуры»)
- бескорыстие
- щедрость
- кротость и др.

Все противоположные качества, напротив, составляют основу содержания порицающей речи (хулы). К приведенному у Аристотеля «списку добродетелей» легко подобрать соответствующий «список пороков», взяв антонимы к каждому слову.

Оратору нужно учитывать «фактор адресата»: Аристотель советует хвалить то, что больше всего ценится у данной аудитории. В похвальной речи древние старались представить случайно совершенный прекрасный поступок как осуществленный обдуманно, «согласно ранее принятому намерению».

Законы эпидейктической речи требуют усиления и преувеличения. Если хвалят деяние, то всячески подчеркивают, что человек действовал один или первый, что обстоятельства не благоприятствовали ему, но он мужественно преодолевал трудности, которые тоже преувеличиваются. В этом нет ничего ложного, неискреннего: таковы «законы жанра», такова принятая в речевой традиции условность.

Говорящий должен использовать сравнение: если это возможно, добродетели или поступки лица, которое превозносится в речи, сравниваются с достоинствами или деяниями знаменитостей, исторических деятелей; если же это трудно, то с поведением обычных или прочих ничем не выдающихся людей, чтобы выделить на этом фоне заслуги того, кого превозносят.

Прямо противоположны указанным правилам принципы порицания. «Хула» традиционно осуществляется по законам, «обратным» законам «хвалы».

Приведем образец эпидейктической речи – похвалы, обращенной к неодушевленному предмету и выполненной с использованием иронии как риторического тропа. Это знакомый вам текст – начало «похвального слова

шкафу», произнесенное в связи со столетним юбилеем этого предмета в пьесе Чехова «Вишневый сад»:

[Гаев:] *Дорогой, многоуважаемый шкаф! Приветствую твое существование, которое вот уже больше ста лет было направлено к светлым идеалам добра и справедливости; твой молчаливый призыв к плодотворной работе не ослабевал в течение ста лет, поддерживая (сквозь слезы) в поколениях нашего рода бодрость, веру в лучшее будущее и воспитывая в нас идеалы добра и общественного самосознания...*

Приведем в качестве образца еще традиционное построение эпидейктической благодарственной речи, данное в «Общей риторике» Н. Ф. Кошанского (выпускники учебного заведения благодарят наставников:

Введение («Приступ»): *Ныне оставляем место воспитания, мирных трудов, забав...*

Основная часть («Середина»):

I. *Чувствуем, сколь велики благодеяния наставников (и пр., и пр.), и не можем выразить словами нашу благодарность;*

(переход от I к II): *но если бы и могли, то не того они (наставники) от нас желают;*

II. *Они желают, чтобы мы оправдали их надежды и труды на деле тем-то и тем-то...*

Заключение («Конец»): *дадим же обет исполнять их наставления во всю жизнь делом...*

Образцы эпидейктического красноречия вы можете найти, обратившись к речи «В защиту поэта Архия» Цицерона (это похвала поэзии), к «Похвальному слову глупости» Эразма Роттердамского, а в отечественной литературе – к многочисленным и прекрасным «словам похвальным» в древнерусской литературе (особенно советуем познакомиться с кратким текстом «Слова о погибели Русской земли»), к одам и «словам похвальным» Ломоносова, к его же «Слову о пользе химии», к «Слову о Ломоносове» в тексте «Путешествия из Петербурга в Москву» А. Н. Радищева, к «Похвале сну» Батюшкова... Примеров и образцов великое множество.

**Протольно-этикетные выступления** – это такие, которые имеют целью соблюсти традиции общения в той или иной официальной ситуации, выполнить соответствующие требования этикета, ритуала.

Наиболее распространены следующие виды протольно-этикетных выступлений.

- речь при встрече официальных гостей.
- официальное поздравление юбиляра.

- траурная речь.
- приветственная речь на открытии какого-либо мероприятия, учреждения, памятника, мемориальной доски.
- речь с оценкой заслуг какого-либо известного человека (например, писателя, ученого, основателя какого-либо учреждения, научного направления и др. в годовщину его рождения или смерти).
- представление собравшимся какого-либо лица с краткой его характеристикой.
- похвальная речь в адрес кого-либо или чего-либо (человека, организации, какого-либо явления, науки, искусства, общего дела и т.д.).
- официальный тост на банкете или юбилее в честь какого-нибудь лица или события.
- воодушевляющая речь на торжественном собрании, юбилее коллектива (организации, учреждения, фирмы и т.д.), встрече единомышленников.
- вступительное слово при открытии какого-либо мероприятия (встречи, собрания, конференции, съезда, торжественной линейки в начале учебного года).
- приветственное слово в адрес какого-либо собрания, съезди или другого мероприятия, произносимое от имени родственной организации или учреждения и др. Приветственное слово старшего, руководителя в адрес младших, подчиненных в связи с каким-либо событием в их жизни (началом учебы в школе, поступлением в вуз и др.).
- заключительное слово при подведении итогов, закрытии какого-либо мероприятия (конференции, собрания, торжественного заседания).

Протольно-этикетное выступление должно (быть):

- 1) кратким;
- 2) воодушевлять слушателей;
- 3) в меру энергичным и эмоциональным;
- 4) не содержать ничего спорного, вызывающего несогласие;
- 5) произноситься без бумажки;
- 6) пробуждать благородные чувства: восторг, благодарность, преданность, привязанность, восхищение.

Протольно-этикетное выступление строится в своей основе на похвале.

Хвалить человека можно: за доброту, ум, готовность помочь другим; за то, что он всегда помогает друзьям и незнакомым людям; за то, что много

знает; за интеллигентность, высокую культуру в поведении и общении, справедливость, благородство в отношении младших и слабых, знания в какой-то конкретной области, умение объяснить другим то, что знает или понял сам, способности, талант в какой-либо области (*он прекрасно умеет... он великолепно...*), бескорыстие, умение общаться с людьми, остроумие, вкус в одежде и т.д.

Организацию можно хвалить: за сложившиеся хорошие традиции, успехи в деятельности, стабильность трудовых показателей, хорошие результаты работы, наличие дружного, сплоченного коллектива, умного руководителя, умение работать в трудных условиях, стремление сохранить и укрепить сложившиеся за долгое время традиции и т.д.

Группу или коллектив единомышленников можно хвалить: за единство, сплоченность, хорошие взаимоотношения между членами коллектива, умение решать поставленные задачи, работать коллективно, налаженную взаимопомощь, «сплав молодости и опыта», наличие в коллективе многих талантливых людей, традиционно хорошие отношения начальника и подчиненных, начальника – за его успешное руководство, умение ладить с людьми, добиваться своего, защищать свой коллектив перед вышестоящими инстанциями, умение работать в трудных условиях и т.д.

Правила подготовки похвального слова, в том числе и ученику.

Похвальное слово должно быть:

- 1) кратким;
- 2) эмоциональным;
- 3) содержать мысль о том, что данный человек давно известен с хорошей стороны;
- 4) называть моральные качества человека, которые мы ценим (доброта, внимание к людям, готовность помочь и т.д.);
- 5) содержать краткое перечисление хороших поступков тот человека, кому адресована речь;
- 6) указывать на личное отношение выступающего к данному человеку, на личную благодарность ему от выступающего;
- 7) включать добрые пожелания на будущее.

### ***Речевой этикет учителя***

Жанр приветствия в речи учителя, как правило, заполняется вербально. Используются следующие типовые модели (речевые жанры):

1) «приветствие» + формула обращения; формула отношения (ты, вы, мы); формула удовлетворения встречей; комплиментарная формула (например, Добрый день, самые замечательные в этой школе).

Типовыми в ситуации урока являются сочетания:

2) «приветствие» + формула призыва к началу общей деятельности (например, Здравствуйте, сегодня работаем по подгруппам, приготовьтесь);

3) «приветствие» + формула призыва к эффективной коммуникации (Добрый день! Мы с вами должны увидеть и услышать друг друга).

Общеупотребительные нейтральные стереотипы, содержащие семантику приветствия в сочетании с обращением и формулами отношения / удовлетворения встречей, способствуют установлению обратной связи, оформлению субъект-субъектных отношений, доброжелательного коммуникативного взаимодействия.

Специфика педагогической коммуникации проявляется в регулярности сочетаний:

4) «приветствие» + формула призыва к соблюдению ритуала (Добрый день! В начале урока школьники приветствуют учителя)',

5) «приветствие» + напоминание о времени начала урока; учебно-управленческая команда; формула контроля; формула замечания (.Здравствуйте! Что за разговоры?'), формула запрета {Доброе утро! Прошу не забывать, что на моем уроке нельзя вертеться, отвлекаться, нельзя разговаривать).

Специфика проявляется в основном в тенденции к свертыванию собственно этикетного участка коммуникации. Сочетание речевого жанра «приветствие» с напоминанием о времени начала урока может дисциплинировать класс. В то же время раздражительная интонация учителя нередко вносит в коммуникацию оттенки тревоги, нервозности. Соединение речевого жанра «приветствие» с замечанием по поводу нарушения дисциплины превращает приветствие в формальный знак, способствует возникновению очага коммуникативного напряжения.

Следующие после приветствия формулы призыва, требования к соблюдению ритуала начала урока, с одной стороны, можно считать целесообразными: они поддерживают традиции приветствия учителя, сложившиеся в школе; с другой стороны, категоричность требований дистанцирует коммуникантов, исключает возможность дружеского общения.

Сочетание речевого жанра «приветствие» с цепочкой запретов, выраженных инфинитивными формами с частицей *не*, способствует возникновению у учеников чувства протеста. Отсутствие в момент

приветствия высказывания с семантикой обращения / отношения лишает учебную коммуникацию той обратной связи, на которой основано межличностное взаимопонимание.

Целесообразно выделить группу приветствий, которые употребляются в речи отдельного учителя (например, Здравствуйте, мои друзья, Доброе утро). Выделяются индивидуальные стили речи, гармонизирующие или не гармонизирующие общение. Незаполнение позиции приветствия, вербализация отказа от приветствия, характерные для негармонизирующего стиля общения, не приводят к положительному фатическому (неинформативному) результату.

Речевой жанр прощания служит сигналом конца коммуникативного взаимодействия. Ситуативно мотивированным является сочетание речевого жанра прощания с речевым жанром «разрешения, позволения».

Сочетание жанра прощания с жанром обещания, окрашенным модальностью заинтересованности, побуждает детей к мыслям о разгадке обещанного учителем сюрприза (Завтра у нас будет такой интересный урок! Я вам кое-что приготовила и очень хочу удивить вас. До завтра!). Сочетание прощания с жанрами обращения / отношения / сожаления / пожелания / удовлетворения / благодарности / комплимента, с высказываниями, содержащими установку на продолжение контакта, гармонизируют коммуникацию, создают атмосферу дружелюбия.

Распространенная в педагогическом общении подмена жанра прощания информационными речевыми жанрами приводит к фатическим неудачам. Подмена прощания педагогическим замечанием с семантикой угрозы, разочарования, укора, порицания (например, Чтоб больше такого не повторялось) создает очаги коммуникативного напряжения.

Жанр прощания на уроке очень часто не заполняется, что создает жанровую лакуну. В случае заполнения реализациями речевого жанра прощания являются общеупотребительные формулы (До свидания, Прощаюсь с вами и др.) либо высказывания, замещающие жанр прощания и не являющиеся собственно формулами прощания. Чаще всего это темпоральные формулы (Урок подошел к концу). Урок не получает этикетного завершения. Незаполненность позиции прощания можно считать коммуникативным просчетом учителя.

Речевой жанр обращения сочетается с соотносительными жанрами, например: с жанром приветствия; призыва к совместной учебной деятельности; с формулами укрупнения адресата; формулой похвалы; шуткой.

Педагогическая специализация жанра обращения заключается в отборе адресаций оценочного характера (Умники и умницы, Замечательные мои).

Распространенная в речи учителей тенденция употребления местоимения как интонационно оформленного обращения не может быть признана нормативной (Сколько можно к тебе обращаться). В ряде случаев жанровые аномалии можно считать собственно педагогическими речевыми находками (Юные Ньютоны). Попытки учителя уйти от штампа делают коммуникацию более благоприятной для учебного взаимодействия, приводят к положительному гармонизирующему эффекту.

В то же время жанровые аномалии нередко свидетельствуют о невоспитанности учителя, нежелании соблюдать этикетные конвенции (например, обращение в сочетании с упреком: Темнота! Этого-то не знать). В этом случае говорим о коммуникативных неудачах, которые ведут к распаду контакта. Этические и грамматические неправильности осложняют коммуникацию.

В учебном дискурсе наличествуют нормативные формулы приветствия, обращения, прощания, совета, похвалы, поощрительного замечания и др.; в то же время обычный урок изобилует этикетными лакунами, этически недопустимыми обращениями, ироническими замечаниями по поводу физических и умственных недостатков отдельных учеников. Интонационная распушенность, нервозность, ненормативное жестокое поведение – все это снижает общий культурно-речевой уровень педагогического взаимодействия. Несоблюдение коммуникативных норм, прежде всего этических, в зонах фатического педагогического общения свидетельствует о неблагоприятии культурно-речевой ситуации в школе.