Федеральное агентство по культуре и кинематографии

Федеральное государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

Тюменская государственная академия культуры и искусств

Институт сервиса и социально-информационных коммуникаций

Кафедра менеджмента туризма и гостиничного бизнеса

Контрольная работа по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

На тему: **«Современная риторика: этнориторика, риторика и профессиональная речь»**

Хомякова Татьяна Владимировна

менеджер организации

Группа МО 3 курс

Тюмень, 2010 г.

**Содержание**

Введение ………………………………………………………………………...3

1. Риторика: ее истоки и возрождение ……………………………………4
2. Современная риторика…………………………………………………..8
3. Этнориторика ……………………………………………………………15
4. Риторика и профессиональная речь ……………………………………16

Список использованной литературы ………………………………………….17

Введение

Вера людей в слово и его силу уходит далеко вглубь времен. Вера эта проявилась в магической силе первобытного заклинания и заговора. Софист Горгий, живший в древней Греции, сказал: «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». Это высказывание актуально и сегодня. Академик РАН П. П. Гаряев экспериментальным путем доказал, что слова, несущие негативную информацию, разрушают живую клетку, а слова, полные любви и добра, оздоравливают ее. Вот почему к слову нужно относиться очень бережно.

Риторика: ее истоки и возрождение

Наука РИТОРИКА очень древняя: она родилась еще в античности. И, конечно же, за многие века своего существования претерпела значительные изменения, наполнилась новым содержанием, хотя суть ее осталась той же. Точное определение современной риторики вы найдете в конце главы. Оно явится выводом из сведений, которые дают представление об истории развития риторики. А пока обратимся к традиционному, общепринятому определению. Слово «риторика» произошло от греческого rheo -- «говорю, лью, теку». Производное от него rhetor означало «ритор, оратор». Это слово дало название науке «риторика», т.е. мастерство (искусство) ораторской речи. (Заметим, что в ХIХ в. было два варианта написания слова - «рЕторика» и «рИторика». Сегодня принята норма «рИторика»). Итак, традиционное определение звучит так: Риторика - теория, мастерство и искусство красноречия.

Ключевое слово «красноречие» вызовет у современного человека неоднозначное толкование: один свяжет его с «краснобайством», умением увести от сути дела, другой - с узко профессиональной сферой деятельности. И оба будут неправы, потому что владение словом включает в себя не только филологические проблемы, но и общекультурные, философские, социологические. Чтобы убедиться в этом, вспомним о том, какое значение и какую силу имеет слово в предназначении человека.

Родилась риторика как дисциплина в Афинах около V века до н. э. Основателем античной риторики считают знаменитого софиста Горгия (485-380 г.г. до н.э.). Вот как пишет о нем А. Ф. Лосев, опираясь на античные источники: «Он первый ввел тот вид образования, который готовит ораторов, специальное обучение способности и искусству говорить и первый стал употреблять тропы, метафоры, аллегории, превратное употребление слов в несобственном смысле, инверсии, вторичные удвоения, апострофы и парисосы…». Автором же первого учебника называют сицилийца Корака из Сиракуз, который вместе со своим учеником Тисием начал преподавать ораторское искусство в специальных школах.

Возникновение риторики и периоды ее расцвета связаны с развитием демократии. В республиканском греческом полисе гражданин был очень активен, он имел право голоса, право выступления. А это значит, что публичная речь, убедительно им произнесенная, могла повлиять на решение сограждан о мире или войне, об оправдательном или обвинительном приговоре. Вот почему и в Древней Греции, а через сто лет и в Древнем Риме владение словом было непременным условием хорошего образования. Но в истории риторики были и драматические моменты, когда она запрещалась. Так дядя Платона Критий, став главой афинских тиранов, отменил преподавание красноречия, усмотрев в нем весьма опасное занятие, которое дает власть над людьми.

Мы обратимся к лучшим страницам истории риторики, к именам тех, кто внес в ее развитие неоценимый вклад. На первых порах она была не столько теорией, сколько практикой обучения речевому мастерству. Бродячие учителя красноречия, софисты, брались обучить любого желающего искусству спора и публичной речи.

Термин «риторика» в русском языке впервые появляется в переводе греческой рукописи «Об образах» в 1073 году. А самое раннее из русских руководств, «Риторика Макария", появилось в начале XVII столетия.

В становлении русской риторики огромную роль сыграл М. Ломоносов. Он написал учебник «Краткое руководство к красноречию. Книга первая, в которой содержится риторика, показывающая общие правила обоего красноречия, т.е. оратории и поэзии, сочиненной в пользу любящих полезные науки» (1748 г).

Ломоносов дает следующее определение риторики: «Красноречие есть искусство о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об ней мнению. Предложенная по сему искусству материя называется речь или слово». Следовательно, по Ломоносову, риторика есть искусство убеждения.

Из многочисленных отечественных риторик наиболее известна «Общая риторика « Н. Ф. Кошанского (1829). Ученый дает следующее определение: «Реторика, имея предметом мысль, показывает: 1, откуда они почерпаются (Изобретение); 2, как приводятся в порядок (Расположение); 3, как излагаются (Выражение мыслей)». Цель риторики как науки и учебного предмета Кошанский видит в том, чтобы, «раскрывая источники изобретения, раскрыть все способности ума, чтобы, показывая здравое расположение мыслей, дать рассудку и нравственному чувству надлежащее направление, чтобы, уча выражать изящное, возбудить и усилить в душе учащихся живую любовь ко всему благоразумному, великому и прекрасному».

Нужно отметить, что до середины прошлого столетия риторика была не только наукой об ораторском искусстве, но и теорией прозы и одна за другой от предмета риторики отпадают, то одна, то другая область словесности. Обособляется теория поэзии, стилистика. Риторика вновь становится лишь учением о приемах убеждения.

Риторика - наука об искусстве красноречия - существует с древнейших времён и занимает важное место в культуре, соединяя богатую историческую традицию и практические рекомендации для всех желающих говорить красиво, точно и убедительно.

Роль риторики по-разному оценивалась в разные времена и в разных обществах: в античности искусство речи рассматривалось как важнейшая часть культуры мышления - мышления философского, политического, художественного; в средние века риторика стала использоваться как внешнее украшение содержания речи, нередко понималась крайне формально; в 20 веке само слово "риторика" стало для некоторых обозначением пустой, бессодержательной или неискренней речи.

Итак, риторика это

1) теория, мастерство и искусство красноречия;

2) наука говорить, искусство и правила это делать;

3) наука об эффективной, т.е. целесообразной, воздействующей и гармонизирующей речи.

Современная риторика и ее законы

Существует множество понятий риторики. Павел Таранов среди прочих определений предлагает такое: риторика – это наука об умении понятно говорить. Тем самым подчеркивается важнейшая сторона современного ораторского искусства и коммуникации в целом, та сторона, суть которой – емкость и доступность речи, ее внешняя (кажущаяся) простота при внутренней (настоящей) глубине. Вслед за А.К. Михальской, современную риторику можно определить как теорию и мастерство эффективной речи. Эффективность при этом понимается как соединение трех составляющих: целесообразности речи, ее воздействующего начала, а также начала гармонизирующего. Действительно, речь, цель которой не осознается говорящим, не ясна ему и слушателям, не будет эффективной; речь, не направленная, не влияющая на умы и сердца слушателей, не будет эффективной; речь, не несущая слушателям утешение, успокоение, уверенность, не содержащая позитивный заряд, не будет эффективной.

Современная риторика, прежде всего, решает задачу объединения участников общения. Соответственно, любая речь должна приводить к взаимопониманию, а не к конфронтации. Современная риторика как наука делится на общую риторику и ряд частных риторик.

В общей риторике изучают:

1. риторический канон – систему специальных законов и правил изобретения, расположения и выражения речи;

2. ораторию – теорию и практику публичной речи;

3. теорию и практику ведения беседы;

4. эристику – теорию и практику (мастерство) ведения спора;

5. этнориторику – особенности, традиции речевого поведения, риторические идеалы национальных образований, народов.

Частные риторики изучают особенности речевого поведения и коммуникации в ситуациях профессионального общения, а также социально-ролевое общение. Этот раздел риторики исследует сферы «повышенной речевой ответственности» – области человеческой деятельности, непосредственно связанные с многочисленными речевыми ситуациями. Можно выделить целые дискурсы, то есть «речи, погруженные в жизнь», зависящие от социокультурных, прагматических, психологических и других факторов. Таким образом, в частных риториках изучают законы эффективной речи в сфере профессиональной деятельности, например, в таких областях, как педагогика, медицина, юриспруденция, общественная, административная и управленческая деятельность, бизнес, сфера услуг, реклама, журналистика.

Говоря о современной общей риторике, следует сказать о ее законах, соблюдение которых и обеспечивает эффективность речи. Все эти законы связаны с известным главным правилом успешности, эффективности: речь должна быть сшита по мерке слушателя, как платье по мерке заказчика. Это же правило, только другими словами формулировали теоретики и практики ораторского искусства различных эпох. Сократ говорил, что следует «к сложной душе обращаться со сложными, охватывающими все лады речами, а к простой душе – с речами простыми». Аристотель в трактате «Риторика» утверждал, что «слушатель есть конечная цель всего». Вольтер отмечал, что «люди охотно верят тому, что страстно желают». Известно также замечание Дейла Карнеги об ораторе и его слушателях: «Лично я люблю землянику со сливками, но рыба почему-то предпочитает другое. Вот почему, идя на рыбалку, я беру не то, что мне нравится, а то, что хочет рыба – сушеных червячков и кузнечиков». Таким образом, во все времена ораторы призывали учитывать так называемый «фактор адресата» – интересы, желания, направленность тех, к кому обращаешься с речью.

Первый из четырех основных законов современной риторики можно назвать законом диалога (законом гармонизирующего диалога, законом диалогизации речи). Суть его состоит в следующем: собеседник или аудитория, к которым направлена ваша речь, не объект вашего воздействия, не просто «приемщик информации», пассивно внимающий вам и воспринимающий вашу монологическую речь, а субъект отношений, равноправный участник общения. Действительно, эффективное речевое общение возможно только при диалогическом взаимодействии всех участников. Речевая ситуация представляет собой не субъект-объектные, однонаправленные отношения

S → O,

где S – говорящий, O – слушающий, а отношения субъект-субъектные

S1 ↔ S2,

где S1 – говорящий, S2 – слушающий.

Таким образом, задача оратора – установить и поддерживать в течение речи двусторонние, равноправные отношения с адресатом. Феномен такой принципиальной установки в том, что оратор ожидает активности аудитории. Конечно, произнося публичную речь, говорящий не вступает в настоящий диалог, но подразумевает внутреннюю ответную реакцию слушателей, т.е. пробуждает мысль, побуждает к внутренней речи, мысленным ответам и репликам. Не случайно русский литературовед и философ М.М. Бахтин писал, что «жить – значит участвовать в диалоге».

Как замечает Н.Н. Кохтев, «с одной стороны, ораторская речь – монолог, обращенный к слушателям, а с другой – во время этого монолога происходит двустороннее общение. Создается некоторое сходство между монологом и диалогом, которое зависит от взаимной активности оратора и слушателей. Поэтому, называя ораторскую речь монологом, мы добавляем, что это монолог особого типа, он адресован слушателю, т.е. диалогичен».

Как же превратить монологическую речь в речь внутренне диалогическую? Существует множество рекомендаций, которые касаются и этапа подготовки, и этапа осуществления речи. При подготовке к выступлению необходимо выяснить и продумать следующее:

1) каков характер вашей будущей аудитории (возраст, пол, количество слушателей, их социальное и имущественное положение, род занятий, круг интересов);

2) каковы возможные «опасные темы», с которыми не следует выходить к данной аудитории;

3) какова цель собравшихся людей, которые будут вас слушать;

4) какие сведения, содержащиеся в вашем выступлении, будут наиболее интересны, полезны для данной аудитории, какие конкретно сведения ожидает она от вас получить;

5) каким образом следует настроить внимание аудитории, как сделать вашу информацию конкретной, понятной, близкой людям;

6) какие «иллюстрации», примеры вы можете привести, будут ли эти примеры образны, понятны слушателям.

Кроме стратегических принципов, позволяющих диалогизировать ваше общение с аудиторией, существуют речевые средства диалогизации речи, например, риторические вопросы, употребление обращения к слушателям, побудительные предложения, императивные конструкции (представьте себе, давайте рассмотрим) и т.д.

Э. Хаббард говорил: «Чтобы выполнить большой и важный труд, необходимо две вещи: ясный план и ограниченное время». Можно сказать, что если речь – это довольно-таки большой труд, то любая речь требует ясного плана и краткости. Речевая практика показывает: трудны не только составление и произнесение речи, трудно и ее слушание. Действительно, парадокс в том, что адресату порой труднее, чем говорящему. Ведь даже неопытный оратор, готовясь к выступлению, хотя бы в общих чертах представляет себе, о чем он хочет говорить и что скажет. Слушатель же изначально не знает намерений говорящего! Значит, об этом должен позаботиться оратор.

Второй закон современного ораторского искусства обозначают как закон продвижения к цели (ориентации адресата в речи, продвижения и ориентации адресата). Требование его предельно просто: говорящий не только сам должен ясно представлять цель собственной речи и ее структуру, он должен сделать цель и путь продвижения к ней понятной слушателю.

Каким образом этого можно достигнуть? Во-первых, ясно структурировать речь для самого себя. Неясная структура изначально не позволит оратору быть внятным, понятным для адресата. «Перескакивание» с одной мысли на другую, ненужные отступления, «застревание» на одном месте, когда уже понятое слушателями продолжает объясняться говорящим, – вот некоторые типичные ошибки нарушения закона продвижения к цели. Подобно проводнику на туристическом маршруте, оратор должен провести слушателей к цели «путешествия», по возможности более коротким и интересным путем.

Во-вторых, следует избегать в речи лишних пауз, которые делают речь рваной: немотивированные и частые паузы нарушают стройность и последовательность, «музыка речи» распадается на отдельные куски. Слушать такое выступление очень сложно. Затрудняет восприятие речи также и заполнение пауз «многозначительным» мычанием, эканьем, растягиванием отдельных звуков в словах: это вовсе не производит, как считается, впечатления, что оратора размышляет над проблемой в ходе самой речи, это действительно затрудняет понимание, создает ненужный комический эффект.

В-третьих, не следует допускать навязчивого повторения слов и целых фраз. Излишнее «смакование» мысли не приводит к лучшему ее усвоению, даже самая интересная и оригинальная фраза превращается в неуместно напыщенную, назидательную, звучит безапелляционно. Оратор словно бы отказывает слушателям в праве иметь собственное мнение, входит в роль неумелого учителя, который пытается внушить учащимся нужные правила многократным повторением одной и той же фразы. Китайская мудрость гласит: «Если хорошую речь повторить три раза – даже у собак появится отвращение».

Итак, если повторение не используется в качестве риторической фигуры, всегда имеющей выразительность, оно излишне.

Третьим законом (принципом) современной общей риторики различные авторы называют закон эмоциональности речи (пафоса, чувственности). Никто не будет оспаривать мысль, что хороший оратор мыслит свою речь в течение самой речи. Принцип эмоциональности предполагает «чувственную подкладку» речи, когда оратор раскрывает слушателям свое эмоциональное состояние во время речевого акта.

Закон этот связан не столько с техникой речи, сколько с принципиальной установкой оратора на внутреннее переживание своих слов, своей речи. В книге «Искусство речи на суде» русский юрист П. Сергеич называет два необходимых условия истинного пафоса: искренность говорящего и простота выражения. Можно, конечно, притворяться растроганным, возмущенным, но, по словам П. Сергеича, оратору выгоднее всего быть искренним. И мысль эта справедлива не только по отношению к судебной речи.

Напомним, что все законы общей риторики очерчивают границы действенной, эффективной речи. Они универсальны. Помня о них и следуя им, говорящий может стать истинным оратором. По словам Цицерона, истинный оратор обладает тремя основными умениями: убеждать, доставлять наслаждение, подчинять себе слушателей. Закон продвижения к цели более всего способствует убедительности речи, закон эмоциональности тесно связан с воздействием на чувства слушателей. Таким образом, необходимо назвать еще один закон общей риторики, который касается умения доставлять наслаждение. Закон этот называют законом удовольствия, и суть его проста: речь эффективна, когда доставляет слушающим истинное наслаждение. А что же может доставить удовольствие, когда мы слушаем чью-то речь?

Во-первых, нам нравится то, что мы хотим услышать. Следовательно, оратор учитывает характер аудитории, ее интересы.

Во-вторых, нам нравится, когда мы узнаем что-то новое, и особенно, когда это новое внешне доступно и просто. Таким образом, задача оратора опираться на имеющиеся сведения собеседников, показывать их интеллектуальную состоятельность.

Отсюда, в-третьих, мы охотно слушаем того, кто уважает в нас личность, кто демонстрирует нам свое доброе отношение, поддерживает в нас чувство собственного достоинства. Словом, уважительное отношение к аудитории также обеспечивает эффективность речи.

Наконец, в-четвертых, нам доставляет радость речь легкая, ясная, выразительная. Неловкость и косноязычие говорящего рассеивает внимание и навевает скуку, хорошая речь оратора слушается «на одном дыхании».

Закон удовольствия нельзя понимать узко, он не направлен только на развлечение аудитории, тем более на заигрывание с нею. Иногда нельзя сознательно уходить от неприятных собеседнику тем, скрывать от слушающих трагические события, молчать обо всем, что может расстроить слушателя. Закон удовольствия действует и в том случае, когда оратор призывает сплотиться вокруг общей беды, и в том случае, когда говорящий произносит речь на гражданской панихиде. Слушатели начинают чувствовать уверенность, испытывают благодарность за теплые слова – это и есть исполнение закона удовольствия.

Подытожить рассмотрение четвертого закона риторики можно словами Блеза Паскаля: «Красноречие – это искусство говорить так, чтобы те, к кому мы обращаемся, слушали не только без труда, но и с удовольствием, и чтобы, захваченные темой и подстрекаемые самолюбием, они захотели глубже в нее вникнуть».

Можно сказать, что указанные четыре закона риторики дополняют друг друга, существуют не сами по себе, а в единстве. Их единство способно обеспечить полноценное, эффективное речевое общение.

Этнориторика

Наряду с традиционными вопросами современная риторика изучает некоторые новые научные проблемы. Одной из них является проблема взаимосвязи принципов эстетической оценки речи и национально-культурной традиции. Эта проблема является предметом этнориторики. Этнориторика исследует историю красноречия в разных литературных традициях, специфику национального понимания свойств идеальной ораторской речи, а также роль культурных факторов в выработке критериев оценки речи.

Этнический идеал речевого поведения личности является главным предметом этой специальной дисциплины.

Этнориторика включает исследования по следующим направлениям:

1. содержательный и формальный анализ ораторских произведений в контексте национальной гуманитарной культуры;
2. изучение истории красноречия в данной цивилизации;
3. установление факторов, определяющих специфику риторических правил данного общества;
4. изучение роли риторической традиции в общественной жизни.

Этнориторика изучает национально-культурные различия речевого поведения людей. Риторические знания помогут избежать ситуаций непонимания между людьми разных национальностей и в сфере делового общения, и в областях, касающихся духовных ценностей. Так, риторически образованный человек поймет, почему американцы считают, что при ведении переговоров наши деловые люди недостаточно четко и определенно излагают свою позицию, и почему японцы видят у русских излишнюю категоричность в суждениях. Еще раз повторим: все дело в различии национальных культур, и понимание этого поможет избежать ошибок в общении.

Риторика и профессиональная речь

В деятельности человека есть особые области, которые называют сферами «повышенной речевой ответственности», потому что в них ответственность человека за своё речевое поведение, за умение (или неумение) владеть словом необычно велика. Это дипломатия и медицина, педагогика и юрисподенция, социальная помощь и журналистика – словом, все те профессии и занятия, успех в которых в большей степени связан с речью. Для этих областей разработаны так называемые частные риторики.

Навыкам и теории профессиональной речи специально обучают тех, кто избрал себе деятельность, связанную с общением. Специалисты, работающие в так называемых «областях повышенной речевой ответственности», - адвокаты и педагоги, продавцы и психологи – проходят соответствующие курсы речевого мастерства. Итак, частные риторики, в отличие от общей, изучают законы эффективной речи в одной из таких сфер профессиональной деятельности, где роль слова особенна важна.

Отличия профессионального диалога от разговорной речи ярко проявляются на коммуникативном уровне. Почти во всех видах профессионального диалога доминирует частный идентифицирующий тип вопросов.

Специфика профессионального диалога выявляется на разных уровнях в формально-грамматическом аспекте. Насыщенность терминологией, преобладание имен существительных, генетивные цепочки, употребление прилагательных в роли составной части термина, преобладание именных словосочетаний над глагольными, осложнение структуры предложений рядами однородных членов и обособленными определениями - эти черты отличают профессиональный диалог от разговорной речи.

Список использованной литературы

1. Александров Д. Н. Риторика. - М. 1999.
2. Зарецкая, Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. – М., 1998.
3. Клюев Е.В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): Учебное пособие для вузов.-М.: ПРНОР, 2001. - 272 с.
4. Михальская А. К. Основы риторики: мысль и слово: Учебное пособие для учащихся 10-11 классов общеобразовательных учреждений. - М.; Просвещение, 1996 - 416с.
5. Панджлова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие – С-Петербург 1999.