

## УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЭТИЧЕСКОЙ ДЕЙСТВЕННОСТИ РИТОРИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

*Современная риторика, всесторонне изучая отношение мысли к слову, предлагает эффективные методы преобразования информации в персуазивный дискурс. Сегодня в обществе существует потребность в овладении универсальными законами создания этически действенного риторического дискурса для гармонизации динамики в общении. Цель данной статьи – рассмотреть теоретические основы создания риторического дискурса и обозначить условия, при которых публичное выступление становится этически действенным. Риторический дискурс включает в себя ключевые концепты риторических достоинств. Так, этическая действенность дискурса предполагает совершенствование этической правильности и доступности. Этическая правильность фиксируется моральной нормой и образцовыми качествами говорящего. Этическая доступность, опираясь на анализ аудитории, предопределяет позицию оратора и дальнейшую коррекцию его речевого поведения. Проведенный анализ риторических исследований подтверждает, что этическая действенность достигается при условиях: 1) опоры говорящего на моральные нормы и духовные ценности; 2) приспособления дискурса к ожиданиям адресата на основе анализа состава аудитории; 3) ориентации говорящего на идеал риторической культуры; 4) гармонизации общения посредством создания и утверждения примата этичности речевого взаимодействия. Такое взаимодействие возможно при условии уместного использования речевых этикетных форм, этикетных формул, эвфемизмов, этических доводов, прямой и непрямой формы воздействия на разных коммуникативных уровнях. Таким образом, в рамках риторики предельно продуктивные (гармонизирующие) стратегии и тактики речевого поведения, которые способствуют формированию умения каждого нести ответственность за соблюдение этичности слова и действия.*

**Ключевые слова:** риторический дискурс; этическая; действенность; этическая правильность; этическая доступность; речевое взаимодействие.

Конец XX века и начало XXI века ознаменованы повышенным интересом научных кругов к состоянию коммуникативно-нравственной культуры общества, уровню языковой, коммуникативной и риторической компетенции личности, что отражает меру духовной морали общества.

Для лингводидактики вопросы, связанные с нравственным воспитанием и коммуникативным развитием, всегда были важными, но сегодня стоят особенно остро. Авторы лингвистических, речеведческих (Ф. Бацевич, О. Иссерс, Ю. Лотман, Л. Мацько, К. Филиппов, Е. Селиванова), риторических (С. Абрамович, Д. Александров, В. Вандышев, А. Волков, Е. Зарецкая, Н. Колотилова, Н. Михайличенко, А. Михальская, Х. Перельман, Г. Почепцов, Ю. Рождественский, И. Стернин, Г. Хазагеров), лингводидактических (Н. Голуб, З. Курцева, Т. Ладыженская, С. Минеева, М. Пентилюк, Г. Сагач, З. Сергийчук, Л. Спанатий) исследований, обращаясь к вопросам речевого взаимодействия учителя и учащихся, значимости роли педагога в создании благоприятных условий для «выращивания» (А. А. Леонтьев) обучаемого, досконально рассматривают этическую составляющую дискурса. Однако единой концепции, которая могла бы лечь в основу целостного подхода к обучению этически действенному дискурсу до настоящего времени нет.

Цель данной статьи – рассмотреть теоретические основы создания риторического дискурса и обозначить

условия, при которых публичное выступление становится этически действенным.

В современной риторике этическая действенность основывается на классической категории «этнос». Будучи предвестником создания этики как науки, этос устанавливал «условия, в которых возможна речь» [1, с. 99], и служил, по мнению Л. Мацько [2], моральным кодексом для поведения оратора в обществе. Позже, во времена отказа от риторических знаний, языковедами все же были предприняты попытки связать лингвистику с требованиями социума. Сторонники социологического направления (Ж. Вандриес, М. Коэн, А. Мейе, К. Фосслер) рассматривали язык как социальный факт, общественный продукт, требующий изучения в рамках общности. Данное направление получило продолжение в основах речевой этики и речевого этикета.

Анализ исторической парадигмы красноречия убеждает, что вне этоса риторика самоуничтожается, превращаясь в антинауку. Современная риторика (неориторика Перельмана, французская школа метариторики, немецкая коммуникативная философия), противопоставляясь софистике, эристике и речевому воздействию, стремится к «этическому культивированию» [2] языка и речи в процессе убеждения и отрицает логические словесные уловки с прагматической целью. Очевидно, что стремление к этичности сказанного развивает

культуру речевого поведения и способствует социализации личности.

Этическая действенность риторического дискурса предполагает совершенствование таких риторических достоинств, как этическая правильность и доступность. В риторической дидактике основной принцип этической правильности реализуется в истинности и конструктивности идей, выдвигаемых говорящим. Речь оратора обязана быть продуктивной, гармонизирующей и развивать положительные качества слушающих. Мотивы самого ратора должны отвечать «общечеловеческим этическим нормам» и быть «направленными на творение добра» [4, с. 7].

Риторическая правильность определена нравственно-моральной нормой поведения и требованиями к качествам идеального образа ратора. А. Волков [5, с. 31–33] выделяет составляющие этической нормы риторического дискурса: правовая, моральная и нравственная. Правовые нормы общеобязательны, установлены на уровне законодательства, демонстрируют степень справедливости в речи; моральные – исключают неправильное, неэтичное поведение участников дискурса; нравственные – контролируют выбор предмета обсуждения с точки зрения последствий. Ю. Рождественский пишет об изучении нормы через введение «этически организованных» топов типа: благо, зло, враг, друг. Ученый утверждает, что они формируются «на основе лексических значений общего характера в конкретных высказываниях» [1, с. 143] и необходимы обществу как смысловые носители морали. Итак, к основным условиям достижения этической правильности дискурса в аспекте соответствия его этической норме относим: 1) углубление знаний о законах, нормативно-правовых актах, которые принимаются на основе Конституции Украины; 2) подбор правдивой, документально подтвержденной информации для публичного выступления; 3) трактовка явлений, событий, фактов со всей сложностью и противоречивостью, объективно, принципиально, без искажения сущности, критиканства и нигилизма; 4) обсуждение «этически организованных» топов; 5) использование этических норм с целью эффективного, успешного переубеждения.

Следование нормам этоса является основой для создания правильного (идеального) образа ратора. Г. Хазагеров предлагает анализ этических требований, предъявляемых оратору в процессе исторических изменений в социуме. Так, ученый утверждает, что римляне, прежде всего, ценили личностные качества говорящего, греки в большей мере предъявляли профессиональные требования, в эпоху христианства предпочтение отдавали образу «бог вдохновенного проповедника» [3, с. 23], в советский период ориентировались на фигуру пропагандиста и агитатора.

Необходимые индивидуальные качества современного оратора проанализированы во многих научных трудах (В. Андреев [6, с. 81], В. Вандышев [7, с. 191], А. Волков [5, с. 33–41], Н. Михайличенко [8, с. 43], А. Михальская [9, с. 73], Л. Нечволод, В. Паращич [10, с. 102], М. Препотенская [11, с. 53], Г. Сагач [12, с. 195], Л. Скуратовский [4, с. 17–18], Л. Спанатий [13, с. 32]). Так, Л. Скуратовский [4, с. 18] выделил три основные черты, характеризующие говорящего:

внешний вид, внутренние качества личности, умение общаться.

Внешний вид относится к невербалике и создает имидж оратора. По мнению Л. Нечволод, В. Паращич [10], идеальной характеристикой кинесики говорящего выступает корректность, а особенностью – манеры (простота, доступность, уверенность, доверительный тон). Степень духовности ратора определяется внутренними качествами личности. Л. Спанатий [13] называет корректность, доброжелательность, легкий юмор позитивными внутренними эмоциями, которыми следует руководствоваться в момент речи. К определяющим свойствам «этической значимости» оратора Н. Михайличенко относит «эрудицию, принципиальность, убежденность, самокритичность» [8, с. 43]. В. Андреев составляющими «этической позиции» считает «здоровое мышление, доброжелательность, порядочность» [6, с. 81]. А. Волков по-классически называет позиции этической оценки ратора ораторскими нравами, к которым относит «честность, скромность, доброжелательность, предусмотрительность» [5, с. 33–41]. Анализируя диалоги Сократа, А. Михальская к этическим категориям относит «воздержанность, долг, справедливость» как «основы хорошей дружбы и подлинного общения» [9, с. 73]. Очевидно, что совершенствование всех внутренних и внешних качеств содействует развитию культуры личности.

Умение общаться отображает способность оратора быть как внимательным адресантом, так и толерантным адресатом. Так, по мнению М. Препотенской [11, с. 61], базисом успешной коммуникации выступают энтузиазм и энергетика говорящего. На наш взгляд, к условиям этичной действенности публичного общения следует отнести: соблюдение аксиом этикетности в речи; создание атмосферы общности интересов с учетом психологических, ситуативных, контекстуальных факторов дискурса; избрание «правильной» тональности.

Таким образом, условием достижения этической действенности в аспекте требований к качествам идеального образа ратора становится процесс постоянного совершенствования личностного ресурса говорящего, что включает анализ и самоанализ речи с позиции нравственности.

Этическая действенность эффективна при условии доступности речи. Указанное достоинство отвечает за адаптацию качеств речи к ожиданиям реципиента. Доступность дискурса эффективно реализуется посредством умения оратора изменять стратегию речевого поведения, анализируя тип аудитории.

Рассматривая вопрос о значимости учета специфики аудитории, профессиональные исследования предлагают различные качественные и количественные классификации. Исследователи Л. Мацько, О. Мацько [2, с. 94], Л. Спанатий [13, с. 132], Л. Скуратовский [4, с. 11], опираясь на закон моделирования аудитории Г. Сагач [12], распределяют слушателей в соответствии с факторами: социально-демографический, общественно-психологический, индивидуально-личностный. Н. Колотилова [16] оценивает слушателей по таким параметрам: количество участников; уровень осведомленности в теме; социально-культурные признаки; отношение к выступлению. Последний принцип разграничивает ауди-

торию на доброжелательную, безразличную, враждебную и комбинированную. Степень доверия к говорящему является определяющей в градации Л. Скура-товского [4]. Ученый делит слушающих на тех, кто относится к оратору с доверием, сомнением, с недоверием. В. Вандышев [7] рассматривает типы аудитории в зависимости от общности интересов и мотивации для восприятия дискурса. Исследователь считает целесообразным объединять слушателей вокруг основных, групповых, злободневных, конкретных интересов, а также в случае новизны темы или заложенного элемента конфликта.

Анализ типа аудитории определяет стратегию избрания позиции говорящего. Т. Тимошенко называет возможные позиции: информатор (излагает материал, предупреждая ошибки в понимании); комментатор (пополняет знания аудитории новыми сведениями); собеседник («разделяет интересы и заботы аудитории», используя приемы диалогизации); советчик («расставляет акценты» в известной теме); эмоциональный лидер (дает возможность для импровизации на заданную тему). Ученый указывает на необходимость исключения в дискурсе оратора двух принципов: «коммуникативного самоубийства» [14, с. 17–18] (просителя или наставника); длительного преобладания одной из указанных ранее позиций. М. Препотенская проводит анализ динамики отношений экзистенциального и дискурсивного в коммуникации с точки зрения позиции ратора. Ученый считает, что экзистенциально-диалогическая позиция содействует «восприятию другого как себя» и воспитывает в человеке волю к познанию, свободе, творчеству. Экзистенциально-монологическая позиция «объективизирует адресата как предмет воздействия» [11, с. 35], чем устанавливает волю к власти.

Тип аудитории определяет позицию оратора и качество содержания дискурса. Основной этический принцип доступности – придерживаться паритетности в общении – осуществляется посредством выполнения правил речевой этики. Этот свод этических речевых норм проявляется через речевой этикет, представленный речевыми этикетными формами (приветствие, обращение, извинение, вы- и ты-общение, прощание и т. д.), этикетными формулами (поздравление (обращение + причина обращения + свидетельства искренности чувств), приглашение (обращение + указание даты и места + необходимые уточнения + выходные данные, подпись)) и эвфемизмами. Последние лингвистика рассматривает как «слова с пониженным уровнем конкретности, семантически неопределенные, с редукцией некоторых сем» [15, с. 95]. Однако, по мнению некоторых ученых (М. Препотенская, Г. Хазагеров), для риторики особо важен «этический контекст» [11, с. 242] эвфемизмов, где «смягчение выражения» [3, с. 284] санкционируется речевым этикетом.

Тип слушателя обуславливает выбор этических приемов активизации восприятия. Среди них называют прямое и непрямое речевое воздействие, доводы к

этосу. Последний прием, разновидность аргумента к человеку, включает доводы сопереживания и отвержения. В момент сопереживания риторические суждения обращены к позитивным нравственным устоям. В этих рамках оратор разделяет принятые социумом этические ценности. В случае отвержения ритор противопоставляет свою позицию антиморальным проявлениям, в чем также находит поддержку аудитории.

Исследователи риторики настаивают на безальтернативности этичной составляющей в науке. Этот тезис предполагает полный отказ от технологии «черной риторики» – негативного воздействия, манипуляции, обмана, принуждения, приказа в дискурсе оратора. Этический аспект контролирует допустимый уровень использования прямой и не прямой формы речевого воздействия. Н. Колотилова связывает выбор формы с проблемой искренности и эффективности высказывания, называя прямой вариант «открытой тактикой», предусматривающей «иерархично структурированную коммуникацию». Непрямая форма предполагает «множественность способов восприятия речи» [16, с. 84–86], чем обеспечивает свободу перцепции. В. Вандышев [7, с. 173–174] отмечает инвариантность прямых тактик, в которых искренность превышает эффективность. Исследователь считает не прямой вариант более интригующим, стимулирующим рефлексию. Однако при отсутствии предполагаемой реакции характер такой тактики становится фигуральным. Итак, можно утверждать, что при учете специфики коммуникации введение непрямого воздействия является показателем мастерства адресанта, что активизирует реакцию адресата.

Таким образом, этическая доступность, опираясь на анализ аудитории, предопределяет позицию оратора и дальнейшую коррекцию речевого поведения. Успешная реализация указанного достоинства возможна при условии уместного использования речевых этикетных форм, этикетных формул, эвфемизмов, этических доводов, прямой и не прямой формы воздействия на разных коммуникативных уровнях.

Итак, этическая действенность риторического дискурса является кумулятивным достоинством, включающим этическую правильность и доступность дискурса для эффективного взаимодействия коммуникантов. Указанное достоинство основывается на контактоустанавливающей стратегии воздействия моралью. Этическая действенность достигает взаимной гуманистично-диалогической активности коммуникантов при условиях: 1) опоры говорящего на моральные нормы и духовные ценности; 2) приспособления дискурса к ожиданиям адресата на основе анализа состава аудитории; 3) ориентации говорящего на идеал риторической культуры; 4) гармонизации общения посредством создания и утверждения примата этичности речевого взаимодействия. Перспективой дальнейшей разработки данной проблемы может стать создание методики обучения этически действенной публичной речи.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Рождественский Ю. В. Принципы современной риторики [Текст] / Юрий Владимирович Рождественский ; под ред. В. И. Аннушкина. – М. : Флинта: Наука, 2005. – 176 с.
2. Мацько Л. І. Риторика [Текст] : [навч. посіб. для студентів вищих навч. закл.] / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – [2-ге вид., стер.]. – К. : Вища шк., 2006. – 311 с.
3. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь [Текст] / Георгий Георгиевич Хазагеров. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 432 с.
4. Скуратівський Л. В. Українська мова. Елементи практичної риторики [Текст] : [додаток до підруч. «Українська мова, 10–11 кл.» загальноосв. навч. закладів з укр. та рос. мовами навчання] / Леонід Віталійович Скуратівський. – К. : Освіта, 2004. – 128 с.
5. Волков А. А. Основы риторики [Текст] : [учеб. пособ. для вузов] / Александр Александрович Волков. – М. : Академический проспект, 2003. – 304 с.
6. Андреев В. И. Деловая риторика. Практический курс делового общения и ораторского мастерства [Текст] / В. И. Андреев. – М. : Народное образование, 1995. – 208 с.
7. Вандишев В. М. Риторика: экскурс в историю чьень і понять [Текст] : навч. посіб. / Валентин Миколайович Вандишев. – К. : Кондор, 2003. – 264 с.
8. Михайличенко Н. А. Основы риторики [Текст] : [учеб. пособ.] / Н. А. Михайличенко. – М. : ЮНТУС, 1994. – 54 с.
9. Михальская А. К. Методические рекомендации к учебнику «Основы риторики. 10–11 кл.» [Текст] / Анна Константиновна Михальская. – М. : Дрофа, 2002. – 192 с.
10. Нечволод Л. І. Риторика. 10–11 кл. [Текст] : [зб. навч. і контрольних вправ та завдань] / Л. І. Нечволод, В. В. Парашич. – Х. : Торсінг, 2004. – 176 с.
11. Препотенська М. Риторика. 10 ключових тем [Текст] : [навч. посіб.] / Марія Препотенська. – К. : Фірма «ІНККОС», 2009. – 254 с.
12. Сагач Г. М. Словник основних термінів та понять риторики [Текст] : [навч. посіб.] / Галина Михайлівна Сагач. – К. : МАУП, 2006. – 280 с.
13. Спанатій Л. С. Риторика [Текст] : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Любов Степанівна Спанатій. – К. : Видавничий дім «Ін Юре», 2008. – 144 с.
14. Тимошенко Т. Е. Риторика [Текст] : практикум / Татьяна Евгеньевна Тимошенко. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 96 с.
15. Иссерс О. С. Речевое воздействие [Текст] : учеб. пособие [для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»] / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 224 с.
16. Колотілова Н. А. Риторика [Текст] : [навч. посібник] / Н. А. Колотілова. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 232 с.

**Воробійова А. В.,** Херсонський державний університет, м. Херсон, Україна

## УМОВИ ДОСЯГНЕННЯ ЕТИЧНОЇ ДІЄВОСТІ РИТОРИЧНОГО ДИСКУРСУ

*Сучасна людина відчуває потребу в оволодінні теоретичними риторичними знаннями з метою успішного використання їх у діловому й повсякденному спілкуванні. Саме риторика пропонує ефективні методи обробки інформації для використання її в риторичному (персуазивному, умотивованому, промовистому) дискурсі. Прогнозованість реакції аудиторії під час продукування дискурсу безпосередньо залежить від етичності промови. Існуючі теоретичні дослідження та практичні поради щодо реалізації ефективного етичного впливу на аудиторію не мають єдиної концепції, яка забезпечує комплексну підготовку промовця. Саме тому вважаємо за необхідне досконально вивчити, дослідити умови, за яких дискурс вважають етично дієвим, запропонувати механізми продуктивного навчання переконливого етичному мовленню. Так, функціонування етично дієвого риторичного дискурсу передбачає дотримання учасниками спілкування моральних норм поведінки, прагнення промовця до вірцевих якостей ідеального образу ратора, вибір позиції оратора, його подальшої стратегії мовленнєвої поведінки з опорою на кількісний та якісний аналіз аудиторії.*

**Ключові слова:** риторичний дискурс; етична дієвість; ідеальний образ ратора; стратегія мовленнєвої поведінки; реакція аудиторії.

**Vorobiova A. V.,** Kherson State University, Kherson, Ukraine

## THE CONDITIONS OF REACHING ETHICAL EFFECTIVENESS IN RHETORICAL DISCOURSE

*Nowadays Rhetoric studies the relationships between the thought and the word and offers the effective methods of transformation the information into persuasive discourse. Today's society needs to know the universal rules of creating ethical effectiveness in rhetorical discourse for harmonization in the process of communication. The main aim of the article is to look through the theoretical basis of rhetorical discourse creation and emphasize the conditions in which the discourse is considered to be ethical and effective. Rhetorical discourse includes some key concepts of main rhetorical qualities. Ethical effectiveness consists of the ethical correctness and ethical negotiability. The ethical correctness deals with moral standards and qualities of a good speaker. The ethical negotiability is based on the analysis of the audience and determines the speaker position and the behavior in further speech. Analysis carried out on the rhetoric researches proves that ethical effectiveness can be reached in such cases: 1) speaker's great attention to moral standards and spiritual values; 2) discourse arrangement due to audience expectations on the basis of audience*

*structure; 3) speaker's orientation to the ideal of rhetoric culture; 4) harmonization in the process of communication with the help of creation and approval the primacy of ethicality in speech conversation. Such conversation is possible in the condition of relevant using of speech ethical forms, ethical formulas, euphemisms, ethical argument, direct and indirect forms of influence on the audience. However it could be noted that Rhetoric offers the efficient strategies and tactics of speech behavior which can develop the skills of everyone to carry responsibility for ethics in public speaking.*

**Keywords:** *rhetorical discourse; ethical effectiveness; ethical correctness; ethical negotiability; ethicality in speech conversation.*

© Воробьева А. В., 2015

*Дата надходження статті до редколегії 20.03.2015*