

УДК 808.5

ТРИ ИДЕАЛА ОРАТОРА В РУКОВОДСТВАХ ПО РИТОРИКЕ

Ю. В. Шуйская

Институт Международного Права и Экономики им. А. С. Грибоедова
факультет журналистики

Статья посвящена анализу образа оратора, который позиционируется в различных учебниках риторики в качестве образцового. Выделяется три метода подготовки выступления: «от оратора» – с оценкой возможностей самого выступающего, «от аудитории» – с оценкой слушателей и «от темы» – с амплификацией термов темы. Наиболее эффективный метод подготовки – «от аудитории».

Ключевые слова: *риторика, оратор, общие места, амплификация, аудитория*

Написание убедительной и эффективной речи – проблема, волнующая как ораторов, так и спичрайтеров. Подготовка речи по-разному рассматривалась в различных руководствах по риторике, и сгруппировать имеющиеся подходы можно в три условных типа осмысления риторической ситуации. Это позволит решить существующую проблему неиспользованного раздела риторики: общие места упоминаются, но не используются.

Модель подготовки речи, разработка идей и текста по-разному воспринималась в разных концепциях риторики. Можно выделить три условных модели отношения к подготовке выступления: подготовка «от темы» (оратор уделяет основное внимание теме своего выступления, собирает материал и классифицирует его), «от оратора» (постулируется, что оратор и так искусен, поэтому ему необходимо больше уделить внимания подготовке себя к речи, чем самой речи) и «от аудитории» (оратор пытается найти те аргументы, которые убедят аудиторию, собирающуюся его слушать, и выстроить их в таком порядке, который наилучшим образом убедит данный коллектив слушателей). Эти три компонента являются тремя основными параметрами риторической ситуации. А. А. Волков указывает, что перед началом подготовки к речи необходимо оценить три аспекта риторической ситуации: аудиторию, тему и самого оратора [2].

Классическая риторика со времен Древней Греции предполагала изобретение речи по топам (общим местам) – то есть, использование неких готовых ходов мысли, которые могли бы дать направление для развития дальнейшего текста речи. Набор этих ходов мысли варьируется по разным риторикам от 6 до 42 и, как правило, включает в себя следующие смысловые модели: субъект, объект, место, время, образ действия, обстоятельства, причина, цель, род-вид, часть-целое, имя, сравнение, противопоставление, свидетельство (обращение к словам какого-то известного человека), пример.

Разработанные в разных риториках с большей или меньшей степенью подробности, эти общие места используются для того, чтобы речь была убедительной для частной аудитории. Иными словами, оратор, зная, перед кем примерно ему предстоит говорить, обдумывает предмет своей речи с разных сторон (например, к какому роду принадлежат такие явления, какие известные изречения им посвящены и т. п.), затем отбирая из найденных им мыслей те, которые будут убедительны именно для данного коллектива слушателей.

В риторике Нового времени представлены две противоположных тенденции в разработке системы аргументов. Одни авторы принципиально отказываются от топов и разрабатывают аргументацию на других основаниях. Другие настаивают на том, что основой аргумента должно быть общее место, и подробно разрабатывают в своих концепциях систему топов. В европейской риторике XVII–XIX вв. изобретение с помощью топов осуждается почти во всех руководствах по риторике. Причиной этого является господствовавший в тот период рационализм мышления. Топика предлагает различные пути подхода к теме речи с тем, чтобы выбрать из них подходящие для данной аудитории. Рационализм отрицает понятие частной аудитории, основываясь на том, что все люди равны, и, следовательно, для всех будет действовать единая аргументация, для разработки которой вовсе не нужна сложная система общих мест.

Результатом этого периода развития риторики стала любопытная логическая ошибка во многих учебниках риторики. Их авторы помнят о наличии общих мест, помнят о том, что техника изобретения по ним была очень важна для античной риторики, но не помнят, как именно ее использовать. Многие из них настаивают на том, что топика важна, необходима, но описание ее сводится к описанию смысловых моделей, и не всегда понятно, зачем они нужны.

Более того, в большинстве книг по риторике описание топов находится в начале, и будущий оратор усваивает не только то, что это важно, но и то, что это самые основные, базовые приемы риторики. В «Риторике» Аристотеля описанию топов предшествовало описание разных типов аудиторий: что убеждает молодых, что убеждает пожилых, что какому коллективу слушателей интересно и понятно [1]. В руководствах по риторике – современных и классических, можно выделить три подхода к технологии изобретения по общим местам. В соответствии с ними можно выделить три идеала оратора.

Современные учебники риторики, в особенности, предназначенные для школы, помнят о технике изобретения по топам. Более того, многие из них настаивают на том, что топика – самое важное в риторике. С этим трудно не согласиться. Однако ученик, читая такой учебник, не всегда получает ответ на вопрос: а зачем вообще топика нужна и как ею пользоваться?

Например, в учебнике А. К. Михальской «Основы риторики. Мысль и слово» сказано, что Ломоносов и Кошанский предлагают источники изобретения (топы) как «способы размножения идей» [8, с. 131]. Иначе говоря, топы мыслятся как источник амплификации текста – с их помощью, имея тему речи, можно собрать некоторое количество мыслей, имеющих отношение к данной теме.

Дальше в учебнике перечисляются топы и говорится о том, как они используются для «размножения идей». Исследовательница выделяет 12 смысловых моделей: род и вид, определение, целое и части, свойства, сопоставление (включающее сравнение и противопоставление), причина и следствие, обстоятельства, пример, свидетельство, имя. Показаны примеры того, как, взяв идею, по топам получить от нее другие идеи. Например, используя технологию М. В. Ломоносова, необходимо начертить таблицу, в которую вписаны первичные (образованные от темы речи по топам), вторичные (образованные от первичных по топам) и третичные (образованные от вторичных по топам) идеи.

Технология изобретения по топам сводится к «размножению» и последующему «отбрасыванию» ненужных идей. В результате должно остаться то, что и станет будущей речью. В учебнике не освещается один достаточно важный во-

прос: почему рассуждения об убедительности речи предваряют рассказ о топах? Каким образом топы связаны с убедительностью?

Изначально технология изобретения по топам была рассчитана на то, что человек не просто «размножает» идеи, но, разработав некий корпус идей, выбирает из них те, которые окажутся наиболее убедительными для данной аудитории. Другими словами, топы действительно связаны с техникой убеждения – знание топов позволяет оратору отыскать такую идею, которая, возможно, не представляется убедительной ему самому, но убедит его аудиторию. Следовательно, топы первоначально предполагали подготовку к речи «от аудитории», то есть наиболее полную и подробную разработку темы, с тем чтобы в дальнейшем оставить только те соображения, которые способны убедить данную аудиторию. Поэтому в риторике Аристотеля вслед за разделом, посвященным топам, следовал раздел, в котором описывались особенности разных типов слушателей – молодых и пожилых, богатых и бедных, благородных и неблагородных и пр.

Оратор, не знающий об этом предназначении топов, но крепко обученный на уроках риторики тому, насколько важна топка, будет считать общие места неким инструментом генерации текста. Иными словами, учебник, воспитывающий в человеке речевую культуру и умение создавать тексты, культивирует в нем идеал оратора-амплификатора, умение убедить сводится к умению развить текст до максимума, затем отбросить ненужное (однако не сказано, по какому принципу это ненужное должно отбираться и какой вообще смысл в использовании топки для создания текста речи, если 90% придуманного таким способом в дальнейшем будет отброшено).

Среди классических руководств по риторике XIX в. тоже можно обнаружить следы такого подхода. Например, в «Общей риторике» Н. Ф. Кошанского, преподавателя риторики в Царскосельском Лицее, сказано: «Источники Изобретения раскрывают ум, развивают мысли. Они укажут вам, с какой точки зрения должно смотреть на предмет, или на мысль; вы взглянете, и в самом уме вашем пробудятся новые мысли, согласные с вашею, близкие к ней, соседние, знакомые, дружественные, родные... Не в каждом Источнике вы найдете новые мысли для вашего Предложения: но в разных источниках вы найдете непременно для вашей мысли что-либо новое, изящное, прекрасное» [5, с. 9]. Ключевые слова данного объяснения – «новые мысли», слово *новый* повторяется в этом небольшом отрывке трижды. Топы – инструмент нахождения новых (изящных, прекрасных) мыслей, они «развивают мысли», то есть обучают технологии порождения текста.

Современный учебный комплекс, посвященный школьной риторике и охватывающий период с 1 по 9 класс, наследует эту идею. Автор программы и концепции предмета риторика в школе Т. А. Ладыженская предлагает знакомить учеников с понятием топов (топиков) в 6 классе: «Для того чтобы найти новое, сказать по-новому, риторика использует топики, или общие места, которые называются так потому, что в обыденной речевой практике ими часто пользуются. Риторы выделяли разное количество топиков – от 6 до 24» [6, с. 13]. В шестом классе изучается топ определения, в седьмом – часть и целое, пример, имя, в восьмом – род и вид. В программу девятого класса, завершающего изучение риторики в школе, общие места не включаются.

Техника изобретения с помощью общих мест сложна, нужно много времени, чтобы в ней разобраться, и многие риторы попросту отказываются от нее. В XIX в. авторы риторик понимали, что нужно все же посвятить несколько слов топам, которым уделено так много внимания в других книгах по риторике. Напри-

мер, в книге «Краткая риторика, или Правила, относящиеся ко всем родам сочинений прозаических. В пользу Благородных Воспитанников Университетского Пансиона», 1809 года, сказано: «Источники доводов, употребляемых в рассуждении или речи, весьма многообразны. Во всеобщих рассуждениях заимствуются они от определения предмета, от главных свойств вещи, от обстоятельств предмета, или от его следствий, от способов, посредством которых он действует, от подобных случаев, от примеров, от противного, и наконец от свидетельств и признаков, заслуживающих вероятие. В особенных предложениях лицо, время, место, случай и проч. суть обыкновенные источники доводов. Сии последние у древних Риторов назывались *общими местами* (*loci topica*); оне составляли в их топики собственную систему изобретения, которой правила более вредны, нежели полезны» [4, с. 54–55]. Слово в слово это соображение повторяется в «Краткой риторике» А. Мерзлякова 1817 года.

Почему топики более вредны, чем полезны? В. Г. Белинский критиковал риторику, в частности, Н. Ф. Кошанского, за то, что риторические правила и законы мешают творчеству, загоняют оратора в узкие рамки, заставляют его говорить по правилам. Это отношение к топам проявляется и в книгах по риторике [7, с. 74–75]. Ритору вообще не нужны правила изобретения – он сам себе голова, сам может справиться с разработкой темы речи. Как утверждают некоторые авторы книг по риторике, умение изобретать – врожденный дар [3, с. 67].

Апофеозом такого отношения к топам, пожалуй, является написанная в 1792 г. книга М. М. Сперанского «Правила высшего красноречия». В руководстве Сперанского звучит резкая и решительная критика системы топов. «Разделив все предметы речи на несколько известных статей, они мнили тем оказать существенную услугу человеческому слову. Они раскрыли источники изобретения. Это правда, что в сих источниках содержатся все предметы слова: но понеже всем они открыты, понеже все из них почерпать могут; истинный оратор гордо толпится к ним с чернию писателей, – и наука изобретения для него бесполезна тем самым, что она слишком легка и удобна» [10, с. 61–62].

Отказываясь от топов и от какой бы то ни было системы аргументов, Сперанский предлагает использовать всего два типа доказательств – приведение к более общей истине и приведение к чувствованию, то есть доказательство через воздействие на чувства слушателей. Это отношение к системе топов, как уже упоминалось, не ново. Оно восходит еще к риторике Пор-Рояль, созданной в XVII веке Бернаром Лами. Бернар Лами оценивает топы как традиционный метод изобретения и показывает их в своей риторике только для того, чтобы затем выдвинуть им на смену новый метод. Отказ от топики, как представляется Лами и последующим авторам рациональных риторик, открывает перед оратором новые возможности. Ему больше не нужно загонять себя в тесные рамки общих мест, он может творить свободно и создавать настоящую, ничем не ограниченную речь.

Однако такой подход к составлению речи не расширяет, а сужает возможности оратора. Если при изобретении речи он не прибегает к системе общих мест, он ограничивается одной точкой зрения, не учитывая ни того, что его слушатели могут не принять эту точку зрения, ни того, что они могут выдвинуть контраргументы. Оратор-вдохновенный творец, представлявшийся авторам руководств таким привлекательным, в действительности навязывает аудитории однуединственную точку зрения, по каким-то причинам кажущуюся правильной ему самому.

Топика позволяет рассмотреть предмет речи не только с той стороны, с которой его видит сам оратор, но и предусмотреть другие точки зрения. Рационалистская риторика полагала, что общие места ограничивают беспредельные возможности разума, не учитывая, что кажущееся разумным оратору не каждому слушателю представится таким же разумным.

Образ оратора, номинально декларируемый большинством риторик, в реальности представлен лишь там, где читателям объясняется, что именно должен делать с системой топов оратор, зачем она нужна и как с нею работать. В европейской риторике возрождение топики не как системы поиска информации, но как средства убеждения частной аудитории связано с именем Х. Перельмана [11, с. 23]. Термин *топы* для автора является прямым наследником топов Аристотеля и Цицерона. Топы определяются как «самые общие предпосылки», которые служили древним авторам для рубрикации аргументов, группировки материала и являлись основанием для аргументов.

Таким образом, среди учебников и руководств по риторике можно выделить три условных типа оратора: тот, который учитывает интересы аудитории и использует систему топов для всестороннего раскрытия темы; тот, который рассматривает тему только со своей точки зрения; и тот, который использует общие места для увеличения объема текста. Ранняя античная практика склонялась к первому идеалу оратора, и современная европейская риторика, воспринявшая идеи Х. Перельмана, вновь возвращается к идее ценности речи, основанной на потребностях и пожеланиях отдельно взятой частной аудитории.

Риторика – предмет, гораздо больше связанный с повседневной практикой жизни, чем многие другие школьные или вузовские предметы. Поэтому на занятиях риторикой ученики должны отчетливо понимать, зачем они осуществляют тот или иной шаг, что он принесет им в дальнейшем. Если преподаватель позиционирует топику как одну из главных частей курса, то она не должна повисать в воздухе.

Список литературы

1. Аристотель Поэтика. Риторика. СПб: Азбука, 2000. 348 с.
2. Волков А. А. Курс русской риторики. М.: Изд-во храма Св. Муч. Татианы, 2001. 480 с.
3. Давыдов И. И. Чтения о словесности. Курс второй. М., 1838. 210 с.
4. Краткая риторика, или Правила, относящиеся ко всем родам сочинений прозаических. В пользу Благородных Воспитанников Университетского Пансиона. М., 1809. 102 с.
5. Кошанский Н. Ф. Общая реторика. СПб., 1854. 155 с.
6. Ладыженская Т. А. (ред.) Школьная риторика. 6 класс. М.: ЮНИТИ-Дана, 2010. 160 с.
7. Милютин Д. А. Опыт литературного словаря. М., 1831. 103 с.
8. Михальская А. К. Основы риторики. Мысль и слово. М.: Просвещение, 1996. 416 с.
9. Пастернак Е. Л. Риторика Лами в истории французской филологии. М.: Языки славянской культуры, 2002. 328 с.
10. Сперанский М. М. Правила высшего красноречия. СПб, 1844. 216 с.
11. Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric. A Treatise On Argumentation. Translated by John Wilkinson & Purcell Weaver. London: Notre Dame Press, 1958. 865 с.

THREE KINDS OF SPEAKER IN THE RHETORIC MANUALS

Yu. V. Shuiskaya

The Institute of International Law and Economics named A. S. Griboedov
The faculty of journalism

The article tells about the analysis of the speaker's image which is poisoned in different rhetoric manuals like a model. There are three different methods of preparing: "from the speaker" with the appraisal of speaker's possibilities; "from the audience" – with the appraisal of the audience wishes; "from the theme" – with the amplification of the theme terms. The most effective method is the preparing from the audience.

Key words: *rhetoric, speaker, loci communes, amplification, audience*

Об авторе:

ШУЙСКАЯ Юлия Викторовна – декан факультета журналистики Института международного права и экономики им. А. С. Грибоедова (111024, Москва, шоссе Энтузиастов, д. 21), e-mail: shujskaya@yandex.ru