

## Карстен Бредемайер Провоцирующая риторика? Меткий ответ!



«К. Бредемайер «Провоцирующая риторика? Меткий ответ!» серия «Бизнес-класс»»: Феникс, Неоглори . 2008 ISBN 978-5-903875-07-8, 3-280-02636-9

### Аннотация

*Коммуникация в наши дни претерпевает изменения. Она стала язвительнее, агрессивнее, динамичнее, провокационнее. «Провоцирующая риторика? Меткий ответ!» – гласит одно из правил ораторского искусства. Следуя ему, вы достигнете многого, так как это скорее не провокация, а креативный подход. Вы узнаете как переговорить оратора, в какие игры можно играть, ведя диалог. Опытный коммуникатор преподает вам уроки острословия. Читателю предлагаются методы и упражнения, применяя которые, он никогда уже не скажет: «Я просто не нахожу слов!»*

*Эта книга для тех, кто до сих пор испытывал недостаток подходящих слов в нужный момент. Перед вами откроется новый мир риторики и искусства острословия, необходимого в повседневной жизни.*

## Карстен Бредемайер Провоцирующая риторика? Меткий ответ!

### Часть первая Основные понятия

#### Слова создают людей – люди создают слова

К. Г. Юнг в работе «Содержание психоза» (1908) описывает следующий случай:

молчавший долгое время душевнобольной человек вдруг заговорил. Когда его спросили о причине столь долгого молчания, пациент ответил:

*«Хотел побережь немецкий язык».*

Честно говоря, это трудно понять.

А тем временем мне не раз приходилось наблюдать, как происходит изменение нашей речи в повседневных разговорах и на семинарах. Изменение в силу информационного развития мира, что не может пройти бесследно для классической риторики.

Наша речь изменилась, как и само ораторское искусство, наука о красоте и воздействии написанного и произнесенного слова, она претерпевает глубокие преобразования благодаря современным коммуникативным отношениям.

Наша речь изменилась, так как история государства и мировая история переживают глубокий перелом (Шнайдер В. Слова создают людей).

Не нужно брать в качестве примера Рим, Афины или даже Берлинский дворец спорта, ни Адольфа Гитлера или Геббельса, ни Аристотеля, ни Вальтера Йенса, исключение может составить Гюнтер Грасс, сказавший:

*«Язык при некоторых способностях помогает прикрыть некоторое незнание простой болтовней!»*

Недостаточно просто знать что-то, нужно еще и уметь формулировать свою мысль!

Написать эту книгу меня побудил возросший у нас интерес к культуре общения и происходящим в ней изменениям. Об этом, в частности, говорит активная посещаемость моих курсов.

Вначале было слово, и мы исходим из него, однако с течением времени язык все больше теряет свое значение и способность мыслить часто стали заменять умением говорить.

Честно говоря, хотя минули десятки тысяч лет, мы все еще пользуемся средствами общения, которые обнаружил и стал применять первобытный человек. А тем временем люди покинули пещеру и даже сделали язык изящней.

Или просто увеличили его в несколько раз и тем самым разбавили? Вспоминается история Вавилона.

Внес ли наш культурный мир какое-нибудь улучшение в речь? Уже известно, что современный человек, как вы, так и я, – средний пользователь современных массмедиа в два раза больше слушает, чем говорит. В течение жизни на нас обрушивается более 600 миллионов слов, что было установлено около десяти лет назад.

А тем временем медийное потребление продолжает возрастать, прогнозируется увеличение этого числа до 700 миллионов.

Не происходит ли словесная перегруженность сознания, не опасен ли такой прирост новых слов.

Министр здравоохранения пока не бьет тревогу говоря: *«Современное формирование языка и отношение к нему потребителя вредят здоровью!»*

Но это может случиться? Не потому ли, что радио и телевидение – центральные и самые большие когда-либо существовавшие речевые каналы? Прометей учил, что за все в жизни нужно платить, за язык тоже.

Наряду с повседневным шумом, не несущим никакой информации, мы воспринимаем язык как живую сущность, выставяющую на обозрение пестрый калейдоскоп контрастов (Марк Твен называл это «процессией букв»).

Иногда не хватает слов или нужного знака препинания, чтобы правильно высказать свою мысль. Вольф Шнайдер недостаток коммуникативных единиц отразил в нескольких пунктах:

- Человека, утолившего голод, называют сытым, а как назвать человека, утолившего жажду?

- Нам известны восклицательный знак, запятая, точка или знак вопроса, но почему-то не существует знака иронии, которого сильно не доставало Францу Йозефу Штраусу (*«К моему горькому опыту я часто отмечал, что ирония в речи просто остается непонятой»*).

- Молодое поколение, а также средства массовой информации постоянно создают новые слова, иногда способные приоткрыть нам новые миры мысли, – от слова «турбулентный» веет особой магией, как и от «абракадабры», особенно, если такое слово загадано в кроссворде: «Каким может стать чемпион мира по футболу Франц Бекенбауэр?».

- Иногда слова просто переписываются, это часто происходит, если мы не можем точно выразить мысль сами. *«Кто есть Бог?»* – спросили однажды моего отца-доктора, на что тот ответил нескончаемым потоком определений: *«Бог есть aliud ordinans supra mundo, in essentia et substantia, в своей действительности и с присущими ему качествами, включая неизмеримую мощь!»* К сожалению, эта формулировка так и осталась просто словами, иначе христианский мир, наконец, смог бы ответить на все вопросы.

- Существуют люди, не способные что-либо делать, кроме как создавать огромное количество бесполезных слов и в них запутываться.

Фридрих Хеббель однажды сказал: *«Все, что произносится или пишется, – находится где-то около мысли. Это как игральные кости: когда ждешь шесть, чаще выпадает один!»* Такая формулировка утешает.

Слова – виртуальный инструмент волшебников, вербальная магия, агрессоры и свободные голуби, терпеливо воспринимающие парадоксы и отражающие их в карикатурном виде. Они учат нас искусству быть внимательным, анализирующим слушателем и, одновременно, дают шанс на ответ в широкой гамме подходящих тонов. Как посланники богов, спешат они, неподвластные, вперед дела, словно стрелы, отравленные ядом (В. Шнайдер).

Слова раздражают, обольщают, внушают уважение; принимают вид нашей мысли, стирая границы между языком и реальностью. Слова преобразуют действительность и выражают ее без претензий на последующее действие, наконец, слова произносятся не в обиду, хотя...

Но как мучительно они иногда воспринимаются. *«Речь китайцев и почти всех азиатов звучит невуче, немцы хрипят, испанцы – декламируют, итальянцы вздыхают, англичане шипят. Сказать точнее, говорят только французы»,* – высказал свою точку зрения Доминик Бохус, нельзя сказать, что он был беспристрастным.

Конечно, мы опустошаем нашу речь, что нередко доходит до «Lingua blablativa», термин Николаса Лю-мана. (с лат. «язык болтовни» – Пер.)

Поразительно, какой бессмысленной может быть речь, а старая шутка по этому поводу не утратила актуальности и по сей день, несмотря на карикатурность, заставляет задуматься!.

Пример.

Предписание:

«Г-жа Майер, пожалуйста, составьте общепринятое обращение. Начните с нормального, короткого вступления: благодарю за официальное письмо от... Сами знаете, после проверки и т. д., все формальности вам известны, к сожалению, мы не увидимся в ближайшее время, ну что ж... В общем, мы надеемся на обычное стандартное заключение. Ах, будьте добры, прочитайте, пожалуйста, последний абзац еще раз медленно!»

Мы быстро продвигаемся вперед по тропе развития разговоров ни о чем. Эрхард Эплер в своей выдающейся книге «Кавалерийская лошадь по сигналу горна» привел пример из речи своего коллеги-политика:

*«Исходя из того, что развитие ситуации облегчает решение проблемы, все-таки остается еще один нюанс, который является неотъемлемым условием признания нашей политики, что мы не можем залезть в карман граждан, ибо наш профиль – расцвет партии*

за счет направленных мероприятий».

И нет у нас другого языка, кроме того, который мы обычно анализируем и используем.

Наши слова формируют реальность, даже когда мы не отдаем себе отчет, что умения говорить не достаточно. Нужно еще самопознание и спокойное отношение к молчанию. Ведь мы учимся не потому что говорим, а благодаря умению правильно задать вопрос.

В этой книге вы не найдете традиционного подхода, да и пособий по риторике в наши дни предостаточно.

*Передо мной стояли цели:*

- Отразить мир коммуникации, современный способ обработки информации, в котором проявляется коммуникативное поведение.

- Показать новый подход в риторике, а именно, провокационный, который, правда, вовсе не новый, просто не был широко раскрыт ранее.

- Помочь раскрыть тему вашего выступления, не доводя при этом слушателей до изнеможения.

- Объяснить, почему диалектик может искусно убедить собеседника, даже не подозревающего о существовании сопутствующих приемов.

- Рассказать, как можно избавиться от привычного фона, создаваемого аудиторией. Согласитесь, отшлифованная речь благотворно влияет на публику.

- Научить вас планировать речь или доклад, рассказать как составить детальный план, чтобы исключить спонтанное перепрыгивание от одной части вопроса к другой.

- Рассмотреть недопустимые ошибки (при составлении доклада) и способы обхождения «подводных камней».

- ... и убедить вас, что меткости в ответах можно научиться, именно обучающая методика положена в основу данной книги.

В дальнейшем считаю невозможным указывать все ссылки на источники, иначе получится книга примечаний и сносок, отказываясь от которых, я делаю акцент на доступность чтения/читабельность.

За изречения и ссылки на немецких депутатов и других представителей власти благодарю *Гюнтера Пуриша*, за «Большой парламентский словарь ругательств», в котором масса замечательных примеров. Кого интересуют вопросы парадоксальной аргументации, советую изучить книгу «Парадокс» под редакцией *Пауля Гайера* и *Роланда Хагенбюхлера*. Вдохновили меня и авторы книги «Анекдоты от А до Я» *Фердинанда Либенау* и *Маргит Шонбергер*, где даны сцены из жизни известных личностей.

Приношу извинения профессору Г. К. Гайсснеру за то, что разработанную им модель плана из пяти пунктов я до настоящего времени ошибочно приписывал католическим монахам.

Огромное спасибо участникам семинара «Лишиться дара речи? – Это не про меня», чьи идеи и высказывания включены в издание, а также доктору Рудольфу Прицл и Иоахиму Пипер, *Bain and Comranu*, зафиксировавшим часть семинарских занятий, что позволило составить примерные ответы для диалектических игр.

Итак, желаю приятного прочтения

*Карстен Бредемайер*

Нойкирхен, июнь 1998

**Если возникнут вопросы или пожелания, пожалуйста, пишите мне по адресу:**

**Dr. Karsten Bredemeier**

**Im Wolfsgarten 4**

**D – 53819 Neunkirchen**

**Новая коммуникативная модель**

Еще несколько лет назад Шульц Тун рассматривал коммуникацию в значении «общение», как теоретически понятную модель.

Каждый разговор, по заключению Туна, можно разделить на четыре составляющих, четкие границы между которыми провести сложно. В книге «Сила СМИ – успешный контакт с прессой, радио и телевидением» эти составляющие были отмечены мною со ссылкой на Р. Лей:

- контакт,
- информация,
- самовыражение,
- обращение.

*Контакт* подразумевает фазу, когда человек пытается начать разговор. Чаще всего речь идет о «социальных условностях» или «вербальном мусоре».

*Информацией* называют момент обмена знаниями, принято говорить: поток информации. Получено во время чтения или услышано 90 % знаний, что вызывает необходимость решать: стоит ли принимать полученную информацию за «чистую монету».

*Самовыражение* – это часть разговора, когда один из собеседников, так называемый отправитель, «выражает свои мысли» получателю. Мысли в свою очередь подразделяют на обоснованные выводы в определенной профессиональной области и личное мнение. Причем мысль может высказываться как прямой речью, так и косвенной, от лица другого человека.

Самовыражение занимает нишу между двумя полюсами, один из которых – внешнее поведение, другой – внутренняя предрасположенность.

И, конечно, каждый отправитель ждет определенных действий от получателя. Коммуникация может не состояться, если говорящий или оба собеседника не преследуют конкретную цель, которая заключается в *обращении*.

Из результатов наблюдений, проведенных участниками моих семинаров, можно сделать вывод, что в коммуникативной области произошла скрытая революция.

- Изменилось отношение к информации, мы стали по-другому воспринимать ее.
- Отношения изменились и сами по себе, наблюдается их обеднение.
- Что касается самовыражения, оно необходимо нам уже в других объемах.
- У обращения теперь новое измерение, так сказать – своеобразие.

Давайте разберем значение каждого высказывания.

Чтобы ярче обозначить процесс изменения, упор будем делать на средства массовой информации и отношении потребителя к ним. В основе изменений лежит модификация процесса подготовки информации.

## **Новые масштабы информации**

Посредством коммуникативных средств информация доходит до соответствующих слоев населения. В стенах нашей квартиры сообщения со всех концов света воспринимаются как самое обычное явление. Мир превращается в деревню, где всё про всех известно.

Расстояния стираются, собранная со всей планеты информация достигает нас в очень короткие сроки.

К концу XX столетия только в странах Евросоюза функционировало 450 спутниковых каналов. В мире на рекламу ежегодно расходуется не менее 350 миллиардов долларов официально. В Европе сумма оборотных средств, затраченных на массовую информацию, за 2000 год составила 150 миллиардов марок, что намного превысило товарооборот автомобильной промышленности. Благодаря высоким технологиям, медиарынок очень быстро развивается. Эти перспективы развития оказываются экономически выгодными, например оптоволоконной или цифровой техники.

Мы, пользователи информационных источников, маневрируем между широким калейдоскопом отправителей и каналов, при выборе нередко попадая под влияние своих

домашних. Таким образом, мы принимаем информационные или развлекательные передачи, выбранные в соответствии со вкусом и пристрастием других людей.

В настоящее время около 84 % всех информационных и образовательных программ транслирует государственное телевидение. Работа коммерческих каналов построена на развлекательных передачах, сериалах и художественных фильмах (около 65 %). Коммерческое телевидение является основным источником распространения рекламы (почти 92 %).

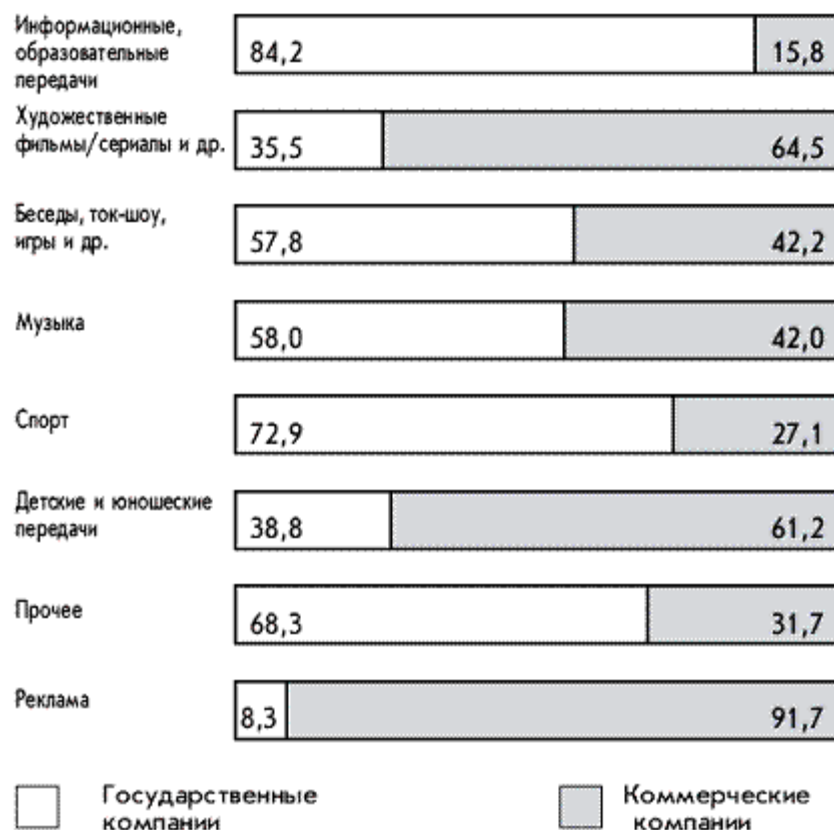
### **Развлекательные или информационные программы?**

Государственные телерадиокомпании все еще занимают ведущее место среди каналов, транслирующих информационные и образовательные передачи (84,2 % всех информационно-образовательных программ). Полной противоположностью им является коммерческое телевидение, где основное направление – художественные фильмы и телесериалы (64 %). В области рекламы коммерческое ТВ практически монополично. Лишь 8,3 % всех рекламных программ транслируют государственные каналы.

*Обнародованная* информация все чаще отражает *общественное* мнение, например, политические сообщения прессы во время американской предвыборной кампании 1992 года.

Теодор Рузвельт был первым политиком, использовавшим в 1901 году прессу в качестве предвыборной трибуны, Франклин Рузвельт первым выступил на радио в 1933 году, а в 1960-м Джон Кеннеди впервые провел телевизионные дебаты. В 1992-м три основных кандидата в президенты США (Перот, Клинтон и Буш) выступили с прямым обращением к избирателям.

Чтобы быть «у всех на устах», одному Клинтону пришлось выступить в различных ток-шоу 97 раз. Перот появился лишь в 33 (почти в три раза меньше Клинтона), а Буш – только в 16. Естественно, популярность последнего среди избирателей была намного ниже популярности победителя, Билла Клинтона.



**Источник:** анализ СМИ проведен исследовательским институтом СМИ (г. Кельн, Германия; отредактированный вариант).

Проанализировав более 10 000 отчетов СМИ за период с 1960 по 1992 год, Томас Паттерсон, знаменитый ученый и политик Сиракузского университета Нью-Йорка, подтвердил, что Клинтону удалось найти ловкий способ преодоления информационного барьера между кандидатом и избирателями, благодаря своему поведению на различных ток-шоу. Неудивительно, что звучащее таким образом резюме является своего рода политическим докладом и формирует ценное, субъективное, негативное, критикующее общественное мнение. Возьмем для примера предвыборную кампанию Кеннеди – Никсона 1960 года, 75 % сообщений СМИ по этому поводу были положительными. Когда проходила дуэль Клинтон-Буша в 1992-м, 65 % опубликованной информации были негативными. К индикаторам этой тенденции можно отнести заголовки ежедневной газеты «The New York Times», где в 1960-м публиковались материалы о «кандидате в президенты Никсоне» и «кандидате в президенты Кеннеди». В 1992-м газеты пестрели заголовками: «Борьба всей его жизни» (Буш), «Билл Клинтон – тот, кто нам нужен?», «Почему избиратели не могут доверять Биллу Клинтону», «Долгий марш Билла Клинтона».

За эти 32 года в одних только «Times» на первой странице число сообщений снизилось с 90 до 20 %, в то время как число оценивающих высказываний увеличилось с 10 до 85 %. И что?! Еще интересней анализировать среднюю продолжительность обращений. Она одинакова и составляла целых 42,3 секунды в 1968 году, к 1988 году продолжительность снижается еще на 9,8 секунд. К сожалению, сделать ее еще меньше не получается.

А может, в будущем отдельные слова будут приниматься за «новость»?

Подобного результата, кстати, добиваются в интервью, где ответ по продолжительности не должен превышать фиксированного отрезка времени.

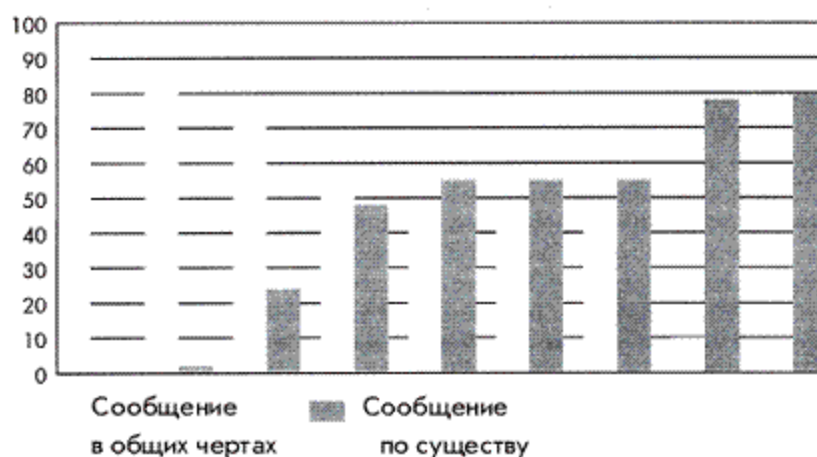
Ведущий американской телепередачи прервет своего гостя уже через 10 секунд. В Германии время, отведенное на высказывание участника, немного больше, 35–40 секунд.

Одним из признаков данной тенденции является то, что ведущие по-своему интерпретируют искусство постановки вопроса. В качестве примера они часто берут цитату

Гюнтера Гауза, гласящую: «Многие говорят, что поставленные мною вопросы звучат интересней данных на них ответов». Неудивительно, что журналисты высказываются о несостоятельной и размытой речи собеседника (интервьюера), не забывая упомянуть его долгие вздохи. Сэм Дональдсон, ведущий канала ABC, в предвыборной кампании 1988 года прокомментировал выступление одного из кандидатов в президенты, Михаэля Дука-киса так: «Ему требуется 22 секунды, чтобы закончить мысль». Кстати, на это предложение с правильной техникой пауз потребуется 4 секунды. Чтобы уловить и проанализировать сказанное 3 секунды было бы достаточно. Хотя и это время, «на обдумывание», к сожалению, никто не учитывает. Только не на телевидении. Вспоминаем ли мы про это время, делая доклад, вот вопрос, напрашивающийся сам собою.

Итак, будет ли уместным говорить о дезинформации? Нет, в конце концов, мы говорим здесь об излюбленном способе заполнения свободного времени граждан. Просмотру телевизора отдается большее предпочтение, чем простому «ничего неделанию» или походу в гости. Кстати, 3 % телезрителей умудряются смотреть два канала одновременно. Количество воспринимаемой информации в этом случае около нуля.

### Изменение информативности сообщений в «New York Times» во время президентских выборов в Америке (в процентах)



Можно проанализировать данные среднестатистического использования СМИ гражданами.

Для потребителя информации СМИ чаще всего ни что иное, как огромная театральная сцена, которая живет благодаря эмоциям. Нам необходимы злодеи и герои, отстаивающие справедливость и одерживающие победу над злом. Серые тона, представляющие картину различных мнений, и скучные информативные заключения утомляют нас.

Бьёрг Энгхольм высказал следующую точку зрения: «Формирование мнения больше не зависит от интеллектуального исследования определенных формулировок или аргументов, а является интуитивной, эмоциональной реакцией на действительность в своем собственном представлении».

### Среднестатистическое использование СМИ гражданами:



	Будни. Продолжительность просмотра, час:мин	Фактические пользователи, %	Продолжительность контакта, час:мин	Выходные. Продолжительность просмотра, час:мин	Фактические пользователи, %	Продолжительность контакта, час:мин
Телевидение	2:36	96,8	2:41	4:02	96,3	4:12
Радио	1:57	82,1	2:22	2:07	73,0	2:59
CD	0:30	45,1	1:06	0:46	47,7	1:36
Видеокассеты	0:18	24,3	1:15	0:33	30,3	1:50
Газеты, журналы	1:11	88,7	1:20	1:07	79,2	1:24
Специальная литература	0:22	30,8	1:11	0:21	25,1	1:25
Романы, рассказы, поэзия	0:21	34,0	1:04	0:29	35,1	1:21
Компьютер	0:11	12,1	1:34	0:09	07,2	2:00

Источник: Ассоциация потребителей Германии 1992/93.

Чтобы правильно обработать и передать полученную информацию, на телевидении уже давно существует короткий анонс, длящийся, как правило, 15–30 минут. Его единственная цель – вызвать интерес публики еще не причастной к событию. Здесь также можно найти отличие коммерческого телевидения от государственного, которое требует фиксирования в письменном виде разогретой информации, чтобы предостеречь себя от ошибок, благодаря чему создается соответствующий имидж. Информация – это все, и все – есть информация, и будет приложена масса усилий для создания достойной «вербальной косметики». Блеф начинается уже с выражения «жизненное ток-шоу» или так называемые «жизненные заметки»: представляемые в передачах «жизненные ситуации» могут показаться таковыми лишь на первый взгляд, чаще всего это законсервированная информация в конкретный отрезок времени. Ведущие регулируют происходящее с необычайной легкостью. И что же тогда мешает поздравить с праздником Пасхи еще на Рождество? Ясно одно: прямой эфир – это большой риск, связанный с увеличенными затратами. При необходимости передачу можно растянуть или сократить (чтобы не пришлось снова переносить следующую за ней «Спортивную студию»).

Мы, как правило, не задумываемся, кто и с какой целью создает свою программу.

В середине 1995 года в Германии около 300 ТВ каналов и 200 радиопрограмм можно было настроить через спутник.

Установлено, что СМИ, благодаря работе с особой формой информации, практически полностью изменили понятие беседы, в результате появилась никогда ранее не существовавшая связка всех носителей информации. Посредством телевидения идет воздействие почти на все смысловые каналы: слуховой, зрительный, кинестетический, перекрывая даже составляющую конкуренцию книгу.

В литературных диспутах на ТВ выигрывает новый читатель. Включите «Литературный квартет», где загримированный литературный критик Марсель Райх-Раницкий в компании с другими интеллектуалами раз в два месяца громко спорят в прямом эфире о новейших публикациях. Кстати, единственный критерий успеха всех информационных программ радио и телевидения – количество зрителей. Парадоксально, что визуальная программа поддерживает распространение печатных публикаций и лозунгом

считает библейскую мудрость: «Вначале было Слово...»

С недавних пор бытует мнение, что Райх-Раницкий, Сигрид Лефлер и Хельмут Каразек превратили литературу в придаток шоу-бизнеса, где основной целью является развлечение зрителя. Хотя Хильмар Хоффманн, коммерческий директор Читательского фонда в Майнце, высказал свое мнение о данном трио довольно осмотрительно и даже отметил, что активное участие этой команды в деятельности литературного мира можно назвать образцовым.

Первоначально интеллектуальный диспут о содержании литературного произведения оказывает на публику заметное влияние, заставляя людей соглашаться с ведущими, формируя мнение общественности с помощью неброских телевизионных уловок и умеренно употребляемых популярных слов. Девизом при этом является оригинальное профилирование, сопровождаемое бесцеремонными высказываниями, жестикуляцией и наводящими на мысль короткими ремарками. В центре событий оказываются не литературные изъяснения автора, а ловко развернутая болтовня «по ту сторону всех аргументационных стандартов» (Роланд Мишке). В романе Норберта Гштрайнса «О 2» была высказана мысль: «Получается, что книга написана для обложки». Реальность глазами авторов: если бы мы были зрителями, мы бы смеялись, великолепно!

Возможно, за такими зарисовками скрывается новый вид информации, провоцирующей, ироничной, утрированной и в то же время экстремально яркой для слушателя или зрителя, но и не обременяющей своего потребителя, а вынуждающей вынести приговор, то есть выразить свое мнение.

Результат деятельности СМИ – это известие. Телевидение создает новые информационные дискуссии, восприятие которых зависит от индивидуальности человека и ограничивает наши возможности суждения категориями «белое» и «черное». Раньше религия евреев проповедовала: «Вначала было Слово, и Слово было Бог». Христианский Иисус Христос провозглашается Словом и несущим Слово Божье. Считается, что транслируемая по ТВ информация должна отражать лишь видимую действительность. В СМИ картинка заменяет речь, все больше и больше становясь основным коммуникационным элементом. Язык упрощается до вспомогательного средства (к зрительной информации), в котором информационные высказывания строятся на основе острых слов.

Но мы забываем одно: телевизионная публика, как и публика на лекции, хочет разжеванной информации.

Вопрос зрителей, слушателей, публики **«Какое отношение это имеет ко мне?»** стал основным для людей, подающих информацию. Главным вопросом!

Выдающимся примером в этой области являются так называемые Европейские новости, которые предлагают новости дня в картинках. Где телезрителей опутывает бегущая строка с указанием места и время произошедшего. Было ли вавилонское смешивание языков воспринято народами как ужасающая трагедия непонимания, как действительная утрата языка, на котором общались все нации? «Взгляд на мир» – вот лозунг нашего времени, язык мешает конкретному общению в мировом масштабе, и как посредник едва ли сможет помочь. Картинки же создают общее представление и облегчают оценку произошедшего на начальном этапе: черное – белое. Временная последовательность событий приравнивается к слову «сейчас», что уменьшает историческое значение события. Такое качество информационного сюжета или фильма, как реальность, определяется субъективной оценкой. Благодаря свойственным человеку переживаниям и действиям, наше построение действительности получается практически запрограммированным. Само по себе действие приобретает новое качество. Например, огромное количество информации о войне в Югославии, находящейся в пятистах километрах от Мюнхена, побуждало немцев к следующему: к новостям стали относиться как к завораживающему, занимательному детективу. Жестокая действительность обсуждалась на каждом углу, ударение делали на основные понятия, такие как свобода – радость – блины – реальность. Делали выводы так

просто, словно речь шла о событиях художественного фильма.

CNN в сообщении о войне в заливе пояснили, что информация, относящаяся к вопросу «Какое отношение это имеет ко мне?», может оказаться попросту утраченной из-за пассивности людей. Но добро победило и в заливе, отредактированная информация с экранов телевизоров звучала торжественно: аплодисменты – не нужно задумываться. Новые сюжеты – оставайтесь с нами: «Я рассчитываю на вас!» (Олаф Крахт)

Для подачи новых сообщений, так называемых «отраженных мыслей», используются современные инструменты, такие как ТВ или радио, для передачи тщательно подготовленной информации, исключающей необходимость задумываться. Несмотря на противоречия возникающие во время постоянных поисков фактов и великолепной театральной игры, постоянно происходит освещение миллионов и миллионов новых информационных сюжетов.

Чтобы быть объективными в глазах зрителей и одновременно подавать захватывающий материал, большинство американских каналов установило продолжительность фиксирования камеры на каком-либо объекте не более 3,5 секунд. В Германии и по всей Европе это время ограничено до 10 секунд, хотя разница между государственными и коммерческими каналами наблюдается даже в этом. На радио средняя продолжительность речи не должна превышать 15–25 секунд. Длинные высказывания допускаются лишь на темы определенной специфики. На ответы интервьюера отводится не более 10 секунд.

В Германии наблюдается тенденция сокращения эфирного времени под влиянием американского телевидения, что объясняется импортированием от 50 000 до 100 000 часов американской ТВ продукции ежегодно. Иногда допускается исключение при создании сюжета с участием скорой помощи или служб спасения, увеличение продолжительности отдельных кадров усиливает восприятие драматического момента.

Суть информационных слоев с их способами подготовки данных близка к следующей формулировке: упаковка должна вызывать первичные ощущения, притязание на живую обработку информации, как правило, ничтожно.

**Визуальное представление** определяется показываемым сюжетом или «суперидеологией» (Нейл Постмен) наших информационных потребностей. Так почему же мы предпочитаем телевидение остальным средствам массовой информации? Факт, не требующий статистического подтверждения.

Даже информационные каналы захлестнула развлекательная волна, информирующие сюжеты не претендуют на то, чтобы после их просмотра зритель задумывался. Поэтому едва ли кто-нибудь в Германии сможет объяснить успех новостного журнала «Фокус».

Если все-таки существует необходимость рассмотреть этот вид развлечения, лучше начать с главных составляющих: из 2 000 программ, относящих себя к новостным, лишь 20 можно с уверенностью отнести к информационным. В остальных же главным является разговор, а не чистая информация, иначе хватило бы нескольких информационных освещений в течение дня, что было бы логичнее и последовательней, зато не так интересно.

Клаус Альтман, корреспондент ARD, довольно удачно прокомментировал медийную действительность, при которой мы, зрители, должны сидеть в первом ряду: «Даже если мы заранее знаем, что скажет (например) политик по поводу того или иного события, все равно обратим внимание на сюжет. Нам просто необходимо изображение. Всегда новые и актуальные картинки... Лучше показать политика, раздраженно отодвигающего микрофон, когда из зала заседаний выходят 50 человек фракции, нежели репортера, стоящего перед зданием Парламента и монотонно читающего текст».

Если подать даже не несущую в себе информацию речь в сопровождении соответствующего сюжета, она вспомнится быстрее, нежели аргументированный доклад.

В программе немецкого ТВ «Тема дня» с ведущей Сабиной Кристиансен сообщения

освещаются по степени значимости, вначале – самые главные, в результате чего зритель уже давно не ждет сенсации в конце выпуска.

Непонятная политическая речь (абракадабра) на небесхитростном языке чаще всего трактуется неправильно, отсюда появляется конкретное «Да», уже заключающее в себе смысловое «Нет».

История развития немецкого телевидения не связана с одновременным развитием презрения к нему публики, хотя мы не далеки от этого пути. Помните июнь 1994-го, частоту сообщений о проходящих выборах в Европе? После рассмотрения кандидатуры на пост премьер-министра Рудольф Шарпингс на вопрос об отклонении ответил неопределенно: «... это было первое... нет, не поражение, а лишь этап предвыборной кампании...» Много сказано, а информационная ценность равна нулю. Гельмут Коль произнес угрожающую фразу, цитируемую впоследствии чаще всего: «Шестнадцатое октября определенно наступит!» Как правдоподобно.

Что же происходит с информацией, полученной зрителем с экрана телевизора? Мы слышим ее, понимаем, так как происходящее знакомо нам. Но чтобы сохранить полученную информацию, мы не делаем ничего. Лишь 5 % увиденного или услышанного остается в памяти в течение часа, но даже не передаваемый материал, а лишь ассоциативные мысли. Итак, утверждения чаще всего не срабатывают, поскольку их смысл остается не понятным.

Вот прекрасный пример, как выглядит на экране наша действительность, показываемая из США. Более 50 телевизионных станций транслируют наложение швов, два комментатора замедляют операцию, чтобы информировать о процессе публику. Пациент Бернард Шулер сообщает со всей серьезностью после окончания операции: «К черту, вы не заставите меня прыгать на одной ножке для какой-то там передачи». Это говорит о достоверности происходящего, потому, что по сценарию этой реплики не было.

Другой пример, как информация может быстро превратиться в развлечение, это драма с заложниками, произошедшая несколько лет назад. СМИ пытаются разжалобить гангстеров, ставят во главу угла общественные интересы, а мы включаем телевизоры, конечно, только для того, чтобы быть информированными.

Вместе с новым видом информационных требований появились новые явления. Основной проблемой является отсутствие связи.

Особенный пример – набор несвязанных союзов, которыми оперируют комментаторы, транслируя новый сюжет.

Типичными стали обороты: «И теперь...», «А сейчас...» и прерывность (длинные не смысловые паузы в речи), часто возникающие в предложениях, указывающих место события: «Бонн. Партия социал-демократов...» Такие пробелы значат, что между отдельными новостями нет системной связи, нет логической обоснованности их последовательности. Информация воспринимается как разрозненные обрывки, где внимание фокусируется на отдельных местах происхождения событий, доступных наблюдателю, без желания представить событие в логической цепочке (как говорят, главное в цепочке – узелки).

Такое «И теперь» и взгляд на мир глазами репортера, говорят о том, что предложенная информация чаще всего без контекста. Сопутствующие отрывки речи практически не имеют значения для слушателя. Какое значение могут иметь прерывистые высказывания?

Разумеется, мы снова отбрасываем классический критерий значимости коммуникации. Был ли он раньше в диалектике, важны ли существующие критерии, стоит ли «ставить себя на место другого», иметь устаревшее мировоззрение. Вот и получается, что направленная на развлечение структура новостей является опережающим коммуникативным элементом. Неосознанно мы подразделяем информацию на «для тебя» и «для меня».

Понятно, что «меня это не касается» – особенность менталитета, которую систематически форсируют и относят к эмоциональной пассивности, тогда как состояние возмущения способно длиться, пока следующий поток информации не достигнет нас или путь к холодильнику окончательно не сотрет его нечеткие следы. Ничего удивительного, что

часть наших мыслей располагается плотными рядами и структура потребления информации схожа со структурой полок в супермаркете: банки ставятся на банки, коробки – на коробки. Но нам необходим некоторый порядок, хотя возможна расстановка товара по желанию производителя.

Движение пальцем и серьезное, угрожающее, сбивающее с толку «И теперь» сначала вселяет надежду или даже кажется утверждением, но, как выясняется потом, к делу не относится. Новый масштаб подготовки информационных данных, затрагивающих наш мир чувств и ценностей, был отражен еще в постулате Аристотеля «Noli me tangere» (лат. «не тронь меня» – Пер.). Символичной стала наша реакция на появляющийся и снова исчезающий джингл (рекламная песенка) новостного канала CNN, позволяющего еще в анонсе несколько раз увидеть отрывки будущих сюжетов. Что служит скорее для привлечения зрителей.

Хейко Энгелькэс, специальный корреспондент ARD, комментирует происходящее следующим образом:

«Актуальность мчится по миру словно ураган, чье развитие невозможно предугадать. Сегодня это Москва, завтра – Багдад, потом – Йоханесбург. Практически ежедневно новый центр событий».

Ежегодно только страны европейского телевидения используют до 6 схем переключения передач в день, что составляет около 15 000 индивидуальных включений для обслуживания зрителей.

Попробуйте вспомнить 25 крупных заголовков с первых страниц газет за последние полгода или просто 25 отдельных событий. Или, еще проще, пять недавно услышанных по радио или увиденных по ТВ сводок новостей. Вряд ли вам это удастся!

Надеюсь, вы не посещаете курсы риторики и не увлечены специальной литературой, рассматривающей информационную функцию языка и её значение в межличностной коммуникации. Для обычных людей последовательная информация является не более чем «устранение незнания» (Руперт Лей), размеры ее поддаются количественной оценке и являются обратно пропорциональными незнанию или информационному дефициту получателя.

Телевидение, как коммуникативное средство, трактует понятие «информация», прежде всего как способ устранения дефицита общения, направленный на кажущееся объективным личное восприятие.

ПР источники ссылаются на то, что слушатель в нормальном состоянии способен воспринять максимально около 8 бит/сек. Тогда как телевидение одновременно предлагает еще и десятки картинок: известно, что одна картинка скажет больше, чем тысяча слов! Перед нами проблема, как воспринять такое количество предложенной информации.

Не нужно всерьез воспринимать исследования ПР служб, они не учитывают, что информацию часто приравнивают к обычному разговору. Например, даже при нормальном темпе речи ведущий новостной программы передает в лучшем случае четверо больше информации, чем мы можем воспринять. Расчет идет на возможность посредственного восприятия, для чего процесс подачи новостей как на радио, так и на телевидении умышленно в высшей степени избыточный, то есть отдельная информация повторяется через равные промежутки времени. Установленное среднее значение избыточной информации равно 87%. Причем критерий избыточности определяется одной фактической информационной выработкой, из чего делают следующие расчеты:

1 – 8 бит (двоичная система):  $60 \text{ (бит)} = 0,8667$ , т. е. 87%

Хотя для телевидения эти расчеты относительны, так как:

- Информация должна быть развлекательной, отчего избыток всегда в пользу новой единицы измерения.
- Информация не должна быть запоминающейся, особого правила объединения

различных высказываний нет.

- Информация не обязана повлечь за собой какие-либо практические решения получателя, не должна вызывать согласованных действий или провоцировать поведение зрителя. Он просто не должен выключить телевизор или переключить его на другой канал, в лучшем случае набрать предложенный номер телефона студии для успокоения совести.

- Отправитель информации никоим образом не должен в дальнейшем повторять сообщенную информацию другими словами, что может быть не понято слушателем и спровоцирует дальнейшее развитие споров по поводу смысла услышанного.

- Проверено (!), что эмоциональная подоплека информации способна до определенного предела развиваться посредством «А теперь».

- Соответствующий информационный контекст неспецифического характера пишется исключительно для телевидения.

- Считается, что обе классические формы понимания, а именно проективная и избирательная, не существуют в чистом виде. Причем проективное понимание лишь кажется объективным восприятием без особого умысла представленной информации определенной тематики (например политической или сексуальной). Под селективным пониманием подразумевается расположение информационных блоков по сбалансированной системе, отбирающей новости, разделяя изречения на «типичные» и неподходящие.

Формулируя обращение, человек делает акцент «на других» и забывает «про себя».

Насколько предложенные выше заключения верны, показывает результат ежедневного просмотра новостных передач в наших квартирах. Едва прогноз погоды мелькнул на матовом стекле экрана, мы тут же забыли, о чем было первое сообщение.

Даже здесь действует старое правило риторики: «Первое впечатление решающее, но остается последнее!», что на деле доходит до абсурда: получается, лишь завтрашние погодные условия имеют значение. Типичным комментарием обычно бывает: «Дорогой, завтра снова будет дождь!» Последнее впечатление остается...

Раньше транслируемая информация была обусловлена понятием «знание = сила». Потом новостным программам был дан зеленый свет. Теперь едва ли возможно запомнить что-то другое... – и что может быть занимательней дискуссий о погоде на завтра?! По меньшей мере, это нам больше подходит, ближе, чем молчать после просмотра реальных событий о гражданской войне в бывшей Югославии.

Как пишет один ответственный редактор новостной программы: «Суть обработки информации, в том, чтобы максимально сжато подать факты, не перегружать внимание зрителя и постоянно заинтересовывать разнообразием смены событий, где присутствуют новость, действие и волнение. Если информация не дает четкой картины, не несет яркой формы или проблемы, то вряд ли она привлечет внимание зрителя более чем на пару секунд... Произошедшее должно быть представлено с соблюдением должных параметров». Конечно, комплексности лучше избегать, отказаться от некоторых нюансов. Нет необходимости перегружать простые сообщения, «визуальное стимулирование заменяет мысли и языковую точность»!

Иногда кажется, программы новостей представляют собой ток-шоу, развлечение, подготовленное командой, привыкшей организовывать современные торжества. Коммуникативная дискуссия похожа на улицу с односторонним движением, заканчивающуюся тупиком.

При подобной подготовке информации происходит потеря значимости, в лучшем случае 50 % граждан смогут перечислить хотя бы половину министров действующего правительства. Не говорю уже о нижестоящих чинах. Нейл Постмен, профессор медиаэкологии университета Нью-Йорка, видит в этом большую опасность. По его словам, мы стоим перед фактом, что телевидение изменило понятие «информация», которую передают зрителю настолько неестественно, наигранно, что правильной было бы воспринять

ее как дезинформацию... Не следует понимать под «дезинформацией» недостоверность, скорее это введение в заблуждение – излишняя, нерелевантная (несущественная), урывочная или поверхностная информация, симулирующая, будто что-то известно, а на деле – далекая от действительности.

Но какое отражение такая дезинформация находит в нашей повседневной коммуникативной практике, когда мы сами вдруг оказываемся не получателями, а отправителями?

Нельзя упустить из виду следующие пункты:

- Как правило, стиль говорящего не может не отразиться на передаваемой информации. Характерной для таких выступлений является логическая связь отдельных отрывков, понятная лишь докладчику, к сожалению, нам, публике, она оказывается недоступной. Такие сообщения напоминают паутину, где все нити переплетаются, а самым важным считается найти начало и конец.

- Как мне кажется, едва ли кто-нибудь в публичной дискуссии или на конференции – речь идет не о ток-шоу – может позволить себе выразить чувства. Эмоциональность в кругу менеджеров чаще всего запрещенное явление, которое по возможности стараются избегать. Понятий «для меня» или «для тебя» не существует, легче представляется положение, когда конкретные лица не указывают, а информация строго анонимна (*ad rem*). Естественно, эта аргументация больше подходит к фасадной технике, то есть к поверхностному рассмотрению вопроса. Как практик, я бы не захотел признавать, что близко к сердцу принимаю тот или иной проект, отношусь к нему как к «своему дитя» или горжусь им. Гордиться собою – в некотором роде запрещенное понятие, как похвала, сказанная в свой адрес по поводу какого-либо дела – слишком простой прием. Обратите внимание, сколько людей используют целый арсенал стратегий, чтобы похвалить себя от третьего лица. И тут же настойчиво умолявший о похвале, прежде чем ее принять, начинает терзать себя: «С какой целью меня хвалят? Чего добивается хвалящий? Куда он хочет меня заманить?»

- Другой пример. Однажды Вольфганг Корун, один из приближенных католического епископа Дюбы, задал своему наставнику провокационный вопрос по поводу § 218. На что последний ответил, как представитель церкви, как католический священник, наконец как епископ изворачиваясь, словно угорь, лишь бы не сказать ничего личного. Хотя оба понимали, что уместней было бы признать его положение марионетки, находящейся под давлением со всех сторон, парализованной мыслями о постоянном контроле над собой, угнетенной частью системы, в которой нет понятия «личность». По меньшей мере, это было бы честно и звучало не столь натянуто в открытой беседе. • Результат потребления продукции СМИ приобретет другой оттенок если рассмотреть отношения на презентации, когда, ссылаясь на статистику, несколько докладчиков высказывают свое мнение, так сказать объективное и общепризнанное. Как говорят, бумага стерпит все, она придает мыслям анонимность, передает чей-то опыт. Максимум, что можно сделать, – выразить протест, даже не адресуя его какому-либо лицу. Чем больше таких наслаивающихся друг на друга мнений, тем дальше общая картина от индивидуального суждения. От такой «борьбы взглядов» едва ли сможет уклониться профессиональный докладчик.

Не удивительно, что современные массмедиа запускают целую совокупность новых средств для усиления значимости беседы. СМИ формируют новые масштабы развлечения, сконцентрированного на сюжете, которому подчинена речь, значение которого определяет ведущий. Не могу не сказать: а ведь многие из нас – в том числе руководители – знают больше стилизованных средств, относящихся к телевизионной среде, нежели к языковой.

**Проверьте это сами,** разделив лист формата А4 на две колонки, напишите в правой технические термины, знакомые вам, а слева объяснение на доступном обычному человеку

языке. И что?!

Если пыл не угас, исследуйте свой последний реферат таким способом...

Безусловно, визуальное представление имеет право на существование. Но нельзя допустить, чтобы наше исконное средство общения, язык, оказался заброшенным или даже сознательно приобрел новую форму – речевую бедность. Подготовка сюжета направлена на информативность, искусство выражения рассматривается лишь в последнюю очередь, о речевых функциях говорить вообще не приходится. Как быстро мы совместили изображение и речь! Осознание происшедшего доходит до абсурда, когда мы сопоставляем книгу и поставленный по ее сюжету фильм. Вот тут и начинается прямое сравнение форм и распределение их по отдельным категориям – оценка значения одного посредством другого. Как к фильму, так и к книге предъявляются свои требования, фильм обращен к зрителю, книга – к читателю. Обычно между ними не возникает конкуренции, так как это вариации одной и той же темы. А кто из нас сравнивает яблоко и грушу? *De gustibus non est disputandum* – о вкусах не спорят.

• Но и мы, публика, влияем на длительность экспозиции общественными или профессиональными высказываниями. Мы охотно переключаемся на что-нибудь другое, так как сконцентрироваться на какой-либо деятельности долгое время не можем. Мы разучились слушать, и большинство докладчиков сразу после прочтения забывают заранее подготовленный текст. Доказательство тому – отсутствие пауз «для обдумывания», для которых не находится места ни на телевидении, ни в частных беседах, ни на производственных конференциях. Хотя трехсекундной паузы для обдумывания высказывания было бы достаточно. Только все это – утопия, на конференциях работают под давлением времени. С каким нетерпением мы ждем, когда же собеседник замолчит, чтобы мы, в конце концов, смогли выразить свои мысли, повторить сказанное, только другими словами. Наша повседневная коммуникация не отличается обдуманностью и направленностью на собеседника, наоборот, ее характеризует отрывочность, отсутствие последовательности высказываний. Как мы следим, чтобы говорящие слушали друг друга, причем важность этого аспекта мы отмечаем, лишь когда не слушают нас. Под влиянием телевидения мы привыкли к такому общению. Телевидение показывает пример отсутствия последовательности информации, нехватки аргументов, где само содержание часто оказывается похожим на разговор.

И почему мы не признаем, что поверхностны в своих суждениях и приветствуем беспредметное ведение разговора? Мы общаемся, если не по причине того, что должны это делать, то, как минимум, чтобы провести время. Часто непроизвольно мы наблюдаем коммуникацию не как «беседу друг с другом», а «одновременную речь или даже речь друг против друга». Вот и остается всего один маленький шаг до общения с телевизором, что практически и произошло. Зрителю не нужно возражать, притворяться, он освобожден от обязанности выслушивать собеседника, от необходимости отвечать. Кто переболтает телевизор?

Не объясняет ли это, почему с каждым годом растет число стариков, умерших в одиночестве перед включенным телевизором и обнаруженных спустя несколько дней или даже недель. Вот как один из соседей прокомментировал произошедшее: «Старику Шмидту даже некому было сказать последнее слово». А сосед хотел бы его услышать?!

Между телевизионной и лекционной информацией значительная разница. Одним из признаков первой является односторонность. В течение нескольких секунд, максимум нескольких минут, информация должна заинтересовать зрителя. Чтобы не препятствовать сбивчивому ходу мысли, бесконечно длинные, навевающие скуку утверждения исключаются. Новость или информация должна быть простой и прозрачной, чтобы с ней было легко согласиться. Структура аргументации щекотлива и однобока, создается



впечатление, что текст сократили до минимума, за что ведущему, как правило, приходится извиняться перед публикой. Аудиторией мы чувствуем себя лишь во время доклада или на лекции, когда можем попросить повторить, разъяснить или задать вопрос; тогда как у экрана телевизора мы просто потребители.

Итог: как избалованные телевидением диспутанты, при прослушивании рефератов, на конференциях или специализированных обсуждениях мы предпочитаем разграничивать изречения на четкие и неразборчивые, комплексные. Неосознанно или втайне мы желаем, чтобы нам продали информацию или решение без обсуждения проблем или сопутствующих вопросов. Не потому ли мы лучше представляем себя практиками, нежели нерешительными и любящими поспорить теоретиками?

Часто желание что-либо доказать заходит слишком далеко, доходит до потери значения, отклонения от действительности. Альфред Хэртхаузен создал Немецкий Банк, сегодня же наоборот, происходит персонификация предприятий.

Телевидение демонстрирует нам условности прошлого, когда не было ни непрерывности, ни четкого контекста информации. Нам предоставляют несвязанные отдельные мнения, а также исторически направленные, как скорость будущего, как незначительность. Телевидение – это информационное зеркало, отражающее только «здесь и сейчас», уважающее лишь значимость. В придачу ко всему – теорема, в настоящее время существующая благодаря возрастающему отсутствию ориентации. Принцип веры в завтрашний день замещается ностальгией по вчерашнему дню. Хотя нас до сих пор заботит однажды сформулированное Гарри Фордом: «История – ерунда». Слово жуткая и непроходимая стена тумана, «вчера» отделяет нас от будущего. «"Ничего" так же старо как и вчерашняя новость», – гласит закон публицистики. «Наше прошлое – последние минуты будущего», – говорят с экранов. Согласно Дэвиду Рисману, печатные издания не просто информация, ей присуще интеллектуальное остроумие, так современное информационное общество получает информацию в виде разговора, утомляющего и усыпляющего сознание, в чем заключается опасный эффект телеуправления.

Нейл Постман кратко резюмировал понятие «телевидение»: «Это коммуникативное средство, представляющее информацию в упрощенной, невещественной и неисторической форме, лишенной своего контекста и загнанной в форму разговора».

Но и это не ключевая проблема нашего *тупикового общения*, это не критикуется и редко отражается на потребителе. Основная проблема в том, что мы возводим телевизионные разговоры до уровня общения и превращаем в измеритель всех коммуникаций. Таким образом все уровни нашей жизни становятся связанными с телеэкраном, и правила одностороннего монолога все глубже проникают в нее.

Протест против десяти заповедей телевидения:

1 *Изображение есть действительность!*

Там, где мир изображения становится тоталитарным, постепенно утрачивается способность общаться с помощью слов.

2 *Телевидение отображает нашу действительность!*

Если телевидение отображает нашу действительность, действительно ли это наша действительность? Спорное утверждение, она никогда не будет больше чем ее фрагмент.

3 *Нет ни прошлого, ни будущего, только настоящее!*

Межличностные отношения нельзя рассматривать без До и После, иначе будет невозможно проследить характер и главную цель этих отношений.

4 *Признается только менталитет «А теперь!» «Итак!»*

«Итак, вперед через могилы», – гласили последние слова Иоганна Вольфганга Гетте на

могиле его сына, хотя они заключают в себе воспоминания далекого прошлого как неразрешимые в настоящем. Целью коммуникации являются взаимоотношения, мы передаем друг другу сообщения при различных обстоятельствах и пытаемся посредством диалога установить отношения друг с другом, даже тогда, когда изначально нечего сказать по существу.

*5 Позволь себе поговорить!*

Информация включает в себе всегда фактический материал, отвечающий психологическим потребностям, даже когда есть желание развлечения. Сокращение ценностей не удовлетворяет спрос на нормальную интеллектуальную пищу.

*6 Не создавай собственных суждений, но принимай опубликованные!*

Наш коммуникационный мир существует благодаря обмену индивидуальными мыслями, приведению аргументов и сообщению полученных из споров истин. С экранов телевизоров все чаще пропагандируют формирование мнения «один на один», без личной ответственности с намеком на деморализацию наших собственных возможностей. Сама по себе чистая коммуникация без собственного мнения – не коммуникация.

*7 Не поддавайся эмоциональному воздействию, не позволяй сбить себя с толку или спровоцировать!*

Напротив: плодотворная коммуникация живет благодаря эмоциям, так как она отражает смущенность, она процветает с раздражением, ей сопутствуют «вопросы после». Она нуждается в провокации, хотя не каждая мысль действительно продуктивна и доступна.

*8 Не задавай дополнительных вопросов и не провоцируй обсуждение!*

Все традиционные инструменты коммуникации, такие как аргументация, выдвижение гипотез, выводы и т. д., подрывают целостность картины, предоставляют возможность спонтанным высказываниям. «Справедливость телевизионного изображения требует визуального преобразования, так во всяком случае должно быть изначально», – гласит проект, который так и не осуществился. Сами создатели не смогли прыгнуть выше головы, не научились передавать свои мысли посредством речи, а не изображения.

*9 Поскорее забудь увиденное и услышанное!*

Результаты американских исследований подтверждают такую ситуацию потребления. После просмотра передачи только 3,5 % опрошенных зрителей были способны ответить правильно на 12 простых вопросов односложными ответами «верно» или «не верно».

В результате другого исследования было установлено, что более 50 % зрителей после просмотра информационной программы не могли вспомнить ни одной новости – хотя опрос проводился через 15 минут после просмотра, причем лишь 5 % зрителей смогли удержать информацию немногим больше часа.

Однако было также подтверждено, что можно повысить уровень сохранения информации, продублировав новость бегущей строкой под изображением. Информация, поступающая по двум каналам памяти, улучшает качество процесса запоминания на 25–30 %.

10.....

Верите ли вы предварительно подготовленным утверждениям и чужому мнению? Не имеет значения, 9 или 10 заповедей, главное, чтобы вы после первой были готовы говорить снова.

Нейл Постмен предположил, что телевидение все-таки должно позволять зрителю думать: «Каждому рекламному ролику... должно сопутствовать короткое пояснение

приблизительно такого содержания: „Минздрав предупреждает: реклама на телевидении вредит формированию здорового общественного мнения“».

Мне лично этого не достаточно. Мы должны осознать, что происходящий информационный взрыв с сопутствующими ему изменениями вида, формы, объема скорости и обработки контекста тянет за собой изменения наших коммуникативных отношений. Хотя все это второстепенно. Намного важнее понять, что, с одной стороны, едва ли сохраняется наша коммуникативная способность, когда мы появляемся на телеэкране. Не всегда сохраняется способность правильно сформулировать мысль. С другой стороны, мы утрачиваем естественную способность общаться, когда начинаем сопоставлять норму коммуникации на телеэкране и повседневное общение.

Утешительно, что, переставая задумываться, мы легче общаемся.

## **Новые масштабы самовыражения**

Индивидуальность имеет рыночную стоимость; считается, что ее можно продавать.

Лучшим примером тому является бывший президент Рихард фон Вайцекер, вождь «серебряных локонов» из Бонна, пользовавшийся признанием всех граждан ФРГ, благодаря влиятельному и безупречному имиджу.

В коммуникации, как науке, ростомером называют способность, выставить напоказ свою индивидуальность. Итак, коэффициент интеллекта – показатель умственного развития, зависящий от способности позитивно представить свой индивидуальный профиль для постороннего восприятия.

Уровень IQ не дает объяснения, соответствует ли действительности воспринимаемая картина. Часто разница между общественной («В этом я согласен с другими») и индивидуальной («На этот счет у меня своя точка зрения») сторонами личности оказывается значительной.

Вайцекер, по мнению «хорошо информированных источников», становился в узких кругах сотрудников холерической личностью, едва только что-то шло не так. Но это не было достоянием общественности.

Впрочем, уровень «IQ» обозначает так называемую «гибкую личность», с помощью которой удастся увеличить свою значимость или авторитет в глазах других.

Итак, понятие «личность» подразумевает две константы, а именно:

- способность человека создать определенный образ или профиль;
- существование тех, кто способен оценить данный образ.

Отсюда вытекает основной вопрос: насколько «гибкая личность», созданный образ интересен другим?

Или, с другой стороны: насколько человеку удастся проникнуть во внутренний мир окружающих и будет ли это проникновение позитивным? Благодаря обусловленности личности, получается, что в момент восприятия все подходящее остается, а остальное просто опускается.

Вопрос самовыражения – как вы успели заметить – всегда вопрос «достоверности», то есть вопрос сохранения подлинного Я, способность соответствовать определенным рамкам, не отказываясь от «самого себя».

Уровень IQ состоит в систематической связи с сильно различающимися переменными величинами, такими как собственная оценка и оценка других, профилирование и самоцели, проявление личных качеств и уважение других, индивидуальный стиль и коллективные потребности.

Общаясь с другими людьми, мы передаем им и что-то свое. Такое самовыражение может происходить довольно часто, однако, не исключена скрытая форма. Например, мы можем говорить о нашей неуверенности и возникающих страхах, обсуждать вещи и других людей, и «как бы между прочим» сказать: «А вот я – просто потрясающий человек!..»

Все эти показатели образуют тропинку между восхищением и отвращением, нервозом и самоуверенностью, хотя существует множество других категорий и ценностей, определяющих нашу гибкость и классифицирующих наш образ. Но отношение других никогда не будет решающим, когда дело касается того, как мне действовать и что говорить!

При этом создается два полюса: внушение уважения и фасадная техника.

Первоначальное самовыражение нередко доходит до крайности (я...я...я), выстраивает фасадную технику, используемую скорее в целях защиты, маскирует собственное Я. Можно подумать, собственному Я неловко, так редко и мало говорит оно о внутреннем состоянии, собственном мнении и взглядах.

И вот собственное изображение зашифровано, а декодирование – настоящие узы, так что на средства выражения стоит обратить особое внимание:

- паравербальное вмешательство в течение речи собеседника, такое как «Ах, да? Интересно...», «Заметь...» И так, короткие фразы, с последующими сообщениями могут иметь значения: «Со мной такого никогда бы не произошло» или «Это я сделаю лучше» (внушение уважения), или «В такое едва ли кто-то поверит» (фасадная техника);

- манера и способ говорения (снисходительно, надменно/покровительственно, сострадательно/жалостливо...);

- выбранная дистанция и доверительность по отношению к собеседнику;

- стиль речи, косвенная или прямая речь, например: «Майер, вы должны вместо этого...»;

- сжатая или пространная речь (так называемый «поверхностный или детальный подход»);

- вид и способ вербального вмешательства в речь собеседника;

- частота использования «сослагательного наклонения» (я бы мог, я бы хотел, было бы можно, был бы я должен...);

- словарный запас и его «засорение»;

- невысказанное (невербальное) комментирование того, что сказал собеседник;

- очевидные комплексы или нервозность, отражающиеся в речи (например заикание);

- попытки вести разговор на одну и ту же тему или, например, перевести разговор о хобби собеседника на свои собственные интересы;

- постановка интересов человечества выше интересов нации (космополитическое воспитание);

- тематика или происхождение чувств и побуждений;

- наконец реакция на речь собеседника.

Разумеется, этот список можно продолжать и продолжать. Пока решается одна проблема, возникает другая, и нет камня преткновения, который нельзя устранить. Хотелось бы убедить некоторых, что каждый путь начинается с первого шага, побуждающего на другие, и вот еще одна пропасть преодолена. Главное – начать!

В конце концов, не существует объективных критериев, определяющих одни или другие крайние позиции или высвечивающих золотую середину. Как ко мне относятся, так и я отношусь. Ощущения в животе сигнализируют, принимаем ли мы собеседника и его самовыражение. Хотя и тут можно поспорить. Важно, чтобы это открытие помогало понять, почему два очень похожих человека видят мир совершенно по-разному.

Следующий диалог, например, нельзя считать необычным:

– Какой обаятельный этот доктор Мюллер! Он меня порядком рассмешил!

– Что, ты называешь обаятельным этого старого болтуна, у которого одна лишь тема: Я...я...я?

Говоря об уровне IQ следует вспомнить еще один фактор, проясняющий картину: происходит ли совпадение с действительным восприятием человека. Можно выделить *коммуникативный IQ*.

Чем искусней и непринужденней ведет себя человек, чем приятней создастся о нем впечатление, тем меньше вызовет его поведение помех.

Коммуникативное IQ обозначает нечто иное, как способность умело и приемлемо общаться с другими. Особенно в сложной ситуации эти качества необходимы. Отсюда следует дальнейшая цель самовыражения, искусство, не провоцирующее коммуникативный разрыв. Желание продолжать диалог, контролировать ход беседы, открывая попутно частичку себя.

Как удачно передают эту мысль следующие строчки:

**Я есть Я,  
а ты есть ты,  
я живу в этом мире  
не для твоих ожиданий,  
и ты живешь здесь не для моих...**

Захочу – останусь. Это право также признается и за другими людьми, поэтому разговор является моментом, когда две индивидуальности могут найти друг друга, чтобы вместе пройти отрезок пути по мосту общения. Я не могу, но и другие не обязаны отказываться от своей индивидуальности, чтобы пройти часть пути вместе. Ясно, что эти строки знаменитого Хар-риса-Мотто: «Мне хорошо – тебе хорошо» – основа, отражающая процесс коммуникации.

Постольку, поскольку.

Разве это новые масштабы самовыражения? Они проявляются в навязчивости, нервозах, нововведениями и доходящими до крайности вариациями одной и той же темы.

Совершенно новые рамки самовыражения создает телевидение. Например, более 40 ток-шоу еженедельно предлагают, как бы мимоходом, громадное количество сознательно или неосознанно представленных примеров самовыражения различных людей – и это только немецкое телевидение. Не факт, что вид и способ подготовки товара обязательно новы, потребительские рамки расширились до миллионов зрителей, открывающих совершенно новые масштабы формирования взглядов.

Спонтанно мне пришел в голову пример: автор бестселлера позвонил в секретариат нашего офиса с просьбой срочно развить его *теlegenитет* (способность свободно себя вести перед камерой на съемках для телевидения). В разговоре с ним выясняется, что книга даже еще не появилась на рынке, хотя писатель уверен, что она – «настоящий хит». А мне лично, как топ-менеджеру или тренеру экстракласса, этот термин даже в голову никогда не приходил.

Во время обучения выясняется, что нервоз («Моя семья от меня отказалась», «У моих друзей больше денег, чем у меня»...) способствовал возникновению желания что-то доказать многомиллионной публике. Нам с коллегой пришлось проводить «терапию» в течение трех дней, но он непременно хотел «выступления на ТВ», хотя мы несколько раз демонстрировали, что он не сможет продержаться и трех минут в настоящей дискуссии. Все предостережения о потере лица, имиджа или даже полном провале летели на ветер, то же происходило с попытками психологического переосмысления («Моя сила в творчестве!»).

Его даже пригласили на ТВ, правда, не на «Горячий стул» RTL, («Горячий стул» – передача, дублирующая российскую «Герой дня без галстука»; RTL – государственный канал немецкого ТВ. – Пер.), а в качестве оппонента в другую программу. К концу передачи он взбесил всех присутствующих. Настоящее бедствие, а для него лично – страшный путь страданий.

Жаль, что телевидение не дает шанса выступить в театре самовыражения широкой публике, герой оказывается жертвой.

Шоу-бизнес – это кульминация экстремального самовыражения, дающего право таким людям, как Карл Долл, Ульрих Майер или Альфред Биолек направить свои способности на

желание профилировать, придать новое значение самовыражению и вывести его из общепринятых рамок, где оно было всего лишь одним из четырех кирпичиков коммуникации. Раньше это называлось коммуникативной потребностью небольшого экскурса к собственной персоне. Так на телевидении возникла новая тождественность:

### **коммуникация = самовыражение**

Например, в американской предвыборной кампании в президенты 1984 года кандидатов Вальтера Мондале и Рональда Рейгана («Политика – театральное искусство») целевой установкой было не воздействие, а постановка самовыражения.

Итак, будет ли бундесканцлер выдвигать в качестве предвыборной команды группу экзальтированных парикмахеров, как однажды смело высказался Нейл Постмен?

Уже в 1981-м сработал американский «замедлитель», так как «одобрение данного явления публикой оказалось под вопросом».

Наконец, самовыражение обозначает еще, как уже констатировалось, показ определенной искренности, достоверности, подлинности, сознания ответственности, привлекательности и схожести взглядов.

Правильно, речь идет о видимости, не о том, чтобы быть таким, иначе из-за налоговых правонарушений или других штрафов остальные политики обрекли бы себя на исчезновение. Актуальную позицию можно быстро утратить из-за теневой экономики, но и не факт, что карьера политика постоянно с ней связана.

По-видимому, собеседник превратился в посетителя театра, просто принимающего за действительность разыгранную перед ним сцену. Психологическая драматургия празднует период расцвета.

Йоханнес Гросс, известный журналист и комментатор, отметил как-то в своем дневнике:

«У некоторых людей самовлюбленность настолько высока, что им удается победить даже инстинкт самосохранения. Как тогда иначе объяснить факт, когда люди принимают приглашение на шоу, где к удовольствию зрителей над ними издеваются вплоть до ритуального забивания?»

Америка служит для нас примером (и не только в этом): каждому, кого волнует мнение общественности, для полирования имиджа предлагают услуги имиджмейкера. В его обязанности входит анализ, оценка, планирование и создание эскизов, которые должны проектироваться в общественном сознании как профиль личности. Лозунг – «Скажи мне, какое впечатление ты хочешь производить на окружающих, и я скажу, что тебе для этого нужно!» Кстати, у канцлера тоже есть эксперт по этому вопросу.

Неизбежное следствие – супруг/а, дети, друзья и родственники должны изучить сценарий, или без долгих размышлений будут вычеркнуты из него. «Нет бизнеса кроме шоу-бизнеса!»

Одним из решающих инструментов, от которого зависит самовыражение, является результат связи **я – ты – мы – человек – известие**.

Часто по сообщению можно понять, что у человека отсутствует интерес к выражению какой-то конкретной позиции, просто персонализируется лозунг «Доверьтесь мне, я все решу» или «Я искренен с вами».

Не является целью передача информации или выражение проблемы, текст утверждения умышленно сокращают, чтобы этим сфокусировать внимание на человеке.

Издавна использовался феномен психологической уловки: человек рассказывает о себе по телевизору о том, какие потрясающие поступки он уже совершил, и мы представляем, что новые проблемы будут также легко решены, благодаря новому подходу.

А на деле оказывается минимум фактического интереса и максимум личной заинтересованности.

Кстати, в предвыборной борьбе Джона Кеннеди и Ричарда Никсона был установлен факт: чтобы зритель ощутил серьезность, превосходство и взвешенность суждений кандидата, ему достаточно было бросить беглый взгляд вниз влево на паркет в студии, и процесс самовыражения заканчивался триумфом над информацией.

Подобные примеры легко найти в политическом шоу-бизнесе. Так однажды Гельмут Коль не учел, какой эффект на публику может произвести покупка новых очков, когда Норберт Блюм объявил перед камерами, что покупает очки серийного производства (на самом деле они были сделаны на заказ). Экс-канцлер Гельмут Шмидт тоже согласился, что его замечательные очки в серебряной оправе смотрелись бы не хуже в роли серийных. Все объясняется лозунгом: «Я один из вас, дорогие избиратели!»

Самовыражение на телевидении чаще всего направлено на проведение «моментальной терапии» многомиллионной публике, какой зритель не будет в восторге от олицетворения идеалов, исполнения желаний, освещения запрещенных или обычных тем. Возбужденный интерес должен быть направлен или смещен в сторону представляющего себя человека, за чем мы уже долгое время наблюдаем: чей образ истощает, пронизывая глубинные слои нашего удовлетворения, и регенерирует наше скрытое недовольство?

На телевидении кульминирует расцвет творчества; мы пытаемся создать желаемые и приводящие в восторг телезрителя картинки.

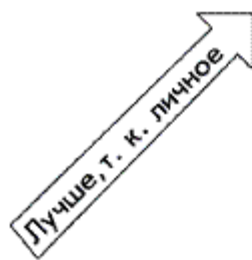
Новые масштабы самовыражения сравнивают менеджера, отвечающего за связь с общественностью, с королевой-мачехой из сказки «Белоснежка и семь гномов», спрашивающей у зеркала свое психическое «я»: «Свет мой, зеркальце, скажи, кто властнее всех на свете?»

Круг вопросов можно ориентировать в любом направлении: журналист спрашивает, кто великий разоблачитель здесь в стране; юрист спрашивает, кто искусней всех прикроет законом незаконное действие и так далее. Самовыражение – это что-то довольно натуральное, во всяком случае, оно пока не переходит в профессиональный нервоз или манию.

Как серая дымка неотступного прошлого, параллельно новому масштабу информации, растет современное искусство *эгопродажи*. Сегодня человек, желающий обратить внимание собеседника на то, что он, например, лютеранин, скажет: «Так считаю я, и не может быть иначе!» – Извините – «Так считаю я, и я такой же, как и вы, если хотите знать!».

Совершенно по-новому оформленный наш коммуникативный ландшафт форсируется главным образом посредством телевидения, сообщения не просто передаются диктором, а стоят на переднем плане случившегося.

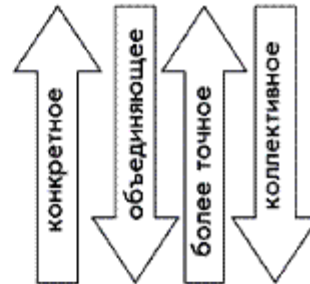
Дозированное самораскрытие имеет существенное преимущество. Это игра, в которой мы не хотим быть вторым победителем.



**Сообщение от первого лица  
(единственное число)**

- Я — сообщения бесконфликтны
- Я — сообщения раскрывают чувства
- Я — сообщения не подвергаются критике
- Я — сообщения четкие и понятные
- Я — сообщения объясняют
- Я — сообщения открыты и предсказуемы
- Я — сообщения — противостояние в легкой форме

Неопределенно-личные сообщения анонимны  
Неопределенно-личные сообщения подавляют коммуникацию  
Неопределенно-личные сообщения скорее отговорка  
Неопределенно-личные сообщения не подходят для обсуждения  
Неопределенно-личные сообщения не будут связующими  
Неопределенно-личные сообщения — скорее речевая причуда



**Сообщение от первого лица (множественное число)**

- Мы — сообщения подчеркивают общность
- Мы — сообщения могут сбить с толку
- Мы — сообщения могут оказаться сложными
- Мы — сообщения хороши, как минимум, для двух сторон
- Мы — сообщения — избежание личных сообщений
- Мы — сообщения — проверка достоверности

**Указательные**

- Ты — сообщения требующие
- Ты — сообщения советы
- Ты — сообщения удары
- Ты — сообщения ограничивающие
- Ты — сообщения накладывающие ответственность
- Ты — сообщения досаждающие
- Ты — сообщения провоцируют защиту



**Китайская поговорка гласит:**  
«Прежде чем указывать, посмотри в зеркало!»  
или «В чужом глазу соринку видишь,  
в своем — бревна не замечаешь».

Новым в масштабе самовыражения является категория «возрастная направленность». На вопрос, как можно привлечь внимание других, профессионалы говорят: нужно действительно соответствовать параметрам собеседника.

Вместо того чтобы скрывать себя, нужно показать свою индивидуальность «доступной», в этом и заключается ценность внешней, демонстративной прозрачности.

Удачным примером можно считать интервью Линды де Мол, во время которого со стороны ее друзей слышалось: «Линда, убери, наконец, эту глупую ухмылку!»

Управление имиджем и процессом коммуникации экстраполирует только частицу калейдоскопа индивидуальности, сокращая в первую очередь очарование, душевность, меняет привычный для окружающих стиль, личное «признание», иногда приводит даже к видимым изменениям.



В Бонне не было ни одной публикации, где бы «наш Ричи», Вайцекер, не соответствовал своей роли. Тот же сценарий в США: нет ни одной фотографии, где Абрам Линкольн улыбается. Имидж имеет свою традицию не совпадать с реальностью. А вот как обстоит дело во время выборов Папы в Ватикане: жизнь кандидатов исследуется до мельчайших деталей, пока в воздухе не разнесется запах дыма. Ток-шоу еще расти и расти до такого способа создания имиджа. В частных учреждениях людей часто относят либо к белой, либо к черной категориям, охотно прибегая к крайностям. Отсюда следует, что наш медиамир круглый, и естественно считать одной из горячих тем столкновение в обществе Добра и Зла, а также других противоположностей.

Однако имидж мы уже научились оценивать. Достаточно одного вербального промаха или неверного действия, ставящего человека в неловкое положение перед окружающими, не задумываясь мы сразу переносим его из позитивной категории в негативную.

Как создать желаемый имидж высокого класса, можно показать на примере Ханса Иоасима Бюргера, автора книги и ПР-эксперта. В роли супергероя Бюргер выступал в основном кадровом составе всех известных ток-шоу. Его книга «Человек, с тобой все в порядке», или что-то в этом роде (кто в наше время способен запомнить столько титульной информации?), демонстрирует его плоский, мужской ответ на все действия во имя эмансипации в прошлом, причем высшей точкой считается момент затягивания пояса. Как птица феникс возродилась из пепла, так и вся мужская половина решила обрести себя вновь, только другим путем: продать как можно больше книг. А когда это удалось, нужно быстро дописать продолжение, в лучшем случае заканчивающееся трилогией. Имидж создан и будет подтвержден известностью. Спасибо информации! – Бюргер был несколько раз разведен и снова женился. К заботе об имидже можно также отнести появление на телевидении его бывшей супруги, естественно выступавшей в роли жертвы.

По-видимому, это и есть идеальная комбинация имиджа и коммуникативного IQ, смешанной неосведомленности и эмоциональности, персонифицирующей наши черно-белые мысли.

Обезличивание, направленное на целевую аудиторию, явилось видимым недостатком бестселлера Огера «Не задевай пустышку», имевшего похожий успех в разоблачении.

С новыми масштабами информации связаны новые размеры самовыражения, отклоняющегося от научно-коммуникативного фундаментального понимания уже на количественный прыжок. Но кто воспринял его всерьез? А если и воспринял, то действительно ли поверил?

В конце концов, это наша новая повседневная коммуникация, обострившаяся благодаря разговорам на телевидении.

Давайте коснемся темы Джерома Брунера, *Studies in Cognitive Growth* (с англ. «Изучение познавательного роста»). Приговор уже вынесен – коммуникативное снижение открывается под влиянием внешнего мира на внутренний, а может наоборот? Кто скажет, что вопрос неактуален, не идет ли «священная корова коммуникация» с ее традиционным подходом к риторике, диалектике и кинетике на заклятие?

Другой захватывающий вопрос: самовыражение народных демагогов на телевидении приносит пользу их деятельности или мешает им. Или такой штамп воздействия, основанный на намеренном извращении фактов, достался нам от Адольфа из Браунау, или он оказался во власти разоблачающего журнализма и телекамеры, как «сочетание фанатичного гротеска клоуна и гениальности глупца, вульгарности и четверти образованности, как политической и навязанной рекламой» (Клаус Харппрехт).

«Нет», – считают такие люди, как публицист Харппрехт. Он проводил свои эксперименты на радио, пытаясь проникнуть в душу слушателя час за часом, день за днем. Вербальная пропаганда, таким образом, отпечатывалась в сознании искаженной картинкой. Как раньше, так и сейчас вопрос остается дискуссионным, а его значимый аспект лежит на поверхности: телевидение не является автономным, проводящим самостоятельный отбор

информации, технологически объективным чем-то, а распространяет программы, изображение источника действия, облаченного для восприятия.

Гитлер не использовал анонимные радиочастоты, он сначала завербовал надежных людей – «обеспечил тыл», а затем спровоцировал реакцию в обществе, благодаря пропаганде приближенных. Без дальнейшей перспективы вышеупомянутая дискуссия бессмысленна, иначе любой харизматик смог бы использовать средства массовой информации по своему желанию и причудам.

Не следует думать, что телевидение (как утверждают новички, начиная работать с компьютером) живая технологическая сущность, которую люди создали однажды по своему подобию. Привет от научной фикции!

Это не так, иначе люди могли бы управлять своим самовыражением с помощью содержательных изображений. Так, например, чтобы привлечь избирателей проголосовать в пользу «Forza Italia» итальянская суперзвезда и душа телевидения Сильвио Берлускони создал более 13 000 медиаclubs, но это принесло ему лишь четверть голосов избирателей. Символом «Forza Italia» был и есть не кто иной, как сам харизматичный Берлускони, сделавший свою личность культом первого плана.

Не информация, не новейшие политические разработки помогли Сильвио Берлускони, а исключительный контроль за коммерческим телевидением, чего было достаточно для захвата политических позиций. Почему он должен избегать приема, широко используемого другими? Он, кто знает, что значит «программа», и никогда не уберет пальцев с клавиатуры, зная ее предназначение: чтобы сохранить власть до конца жизни во всей ее мощи, нужно ежедневно соблюдать распорядок дня.

Никто даже не задает себе вопрос, нужно ли такое управление итальянскому народу, лишь единицы требуют, чтобы правящие круги выпустили из рук контрольный джойстик. Да, многие хотели бы, чтобы именно им передали контроль над государственными широтами.

Берлускони не церемонится, это его «инструмент постоянного доминирования» (Клаус Харппрехт).

Единственные, кто протестует, – зарубежные страны. Слышны возмущенные выкрики: «Проделки государственных СМИ», «Телевизионный фашизм», – волнуются политические противники.

Берлускони удалось сделать то, что не вышло у американского промышленника Росса Перота и политической звезды Бернарда Тапи, – построить двухпартийную систему республиканцев и демократов.

Как полагают рациональные аналитики, все зависит от обстоятельств, наша общественная система по-новому ориентируется на «демократию в СМИ», что очень близко от действительности царящих в СМИ попыток самовыражения. Вопрос изменения не входит в компетенцию общественности, просто коммуникация приняла новые размеры, нашла новое поле деятельности, что к настоящему времени неуместно трактуется пассивностью общества.

Так же как сейсмологи виновны в происходящих землетрясениях, так и СМИ можно обвинить за передаваемые ими сообщения. Как вогнутое зеркало отражает душу, что само по себе гипотетично нечто.

Как-то парижская газета «Le Monde» предложила читателям рассмотреть вопрос, противостоит ли телевидение демократии, можно сказать, ключевой вопрос. Хотя в то время речь шла о совершенно другом очаге общественной значимости. Телевидение сопутствовало революции нашего устаревающего общения.

Исполнители дают общую картину в таком свете, что все услышанное и опубликованное так и остается неясным.

Клаус Харппрехт пишет об этом: «Оно (изображение) требует радикального упрощения сложного отношения к вещам, что сглаживает сознание комплексности нашего существования. Изначально у зрителей вырабатывается способность воспринимать половину

(иногда даже полностью) получаемой информации с экрана телевизора. Опасная иллюзия, что знания событий со всего мира помогут решить их собственные проблемы».

Однако различные эффектные протагонисты стирают все личные проблемы человека, поевшая ему следующую информацию: Я – решение: забудь проблему; Я – информация, забудь все остальное. Информация, конфронтация – название варьируется, сообщение остается.

Скрываясь под вербальной косметикой, человеческое самораскрытие создает ориентированную на потребителя инфантильность, вслед за чем неоднократно спрашивается, соответствует ли истине полюбившееся изображение. Наше информированное общество верит картинке, если с другой стороны ведущий, комментатор, менеджер или политик впадают в заблуждение, следуя правилу: «Videor, ergo sum» (меня увидели, итак это я).

Понадеявшись на свои зеленые глаза, Берлускони сократил политическую программу, положившись на внешний вид и закон повторения. Кого тревожит, что вынашивающий надежды Сильвио Берлускони взял под залог меловой промышленности в нескольких банках 4,5 миллиона DM, этот факт к делу не относится. Но как выглядит Берлускони с такой горой долгов? Не очень привлекательно? Только ни в этот раз.

Наконец, таким личностям наплевать на прошлое. Единственное, что тревожит, – настоящее, в качестве вклада в будущее.

Если на радио создают кино для слуха, то телевидение – кино для глаз. Принцип, уже много лет тренирующий память. Кто думает и запоминает, используя зрительную память, тому плевать на детали; производя разграничение общности, он делает анализ действительности, а не наивно полагается на свои фантазии и творчество. Такие люди моментально привлекают зрителя. Поскольку времени на паузы нет, появляется системное противоречие между событием и съемкой. Вместо того чтобы глаз «помогал» связать изображение с текстом, происходит парадоксальное восприятие. Сообщение не просто противоречит непрекращающемуся потоку кадров, а даже нивелирует его.

Логичнее объяснить ситуацию взаимодействием правого и левого полушарий головного мозга. В то время как левое полушарие считает, анализирует, читает и говорит (рационально), выстраивает системную линию или шаг за шагом создает структуру, следует системе правил, деятельность эмоционального правого полушария построена на хаотичном движении мыслей. Оно собирает картинки, делает сравнения, развивает немыслимые фантазии, интуицию, творчество и позволяет не быть собой. Одновременно создается психосоматическая установка на ответственность, синтезируются все мыслительные процессы.

Телевидение не нуждается в речи или комментариях зрителя, отвлекает его от анализа, структурирования и систематизирования, линейной и ориентированной на цель обработки увиденного. Происходит привлечение зрителя, желающего коллекционировать картинки, одновременно признавая изображение за синтез действительности «мира-деревни» (где все про всех известно). Это касается и информационных съемок.

По-другому на самовыражение смотрят посредники. Они требуют безоговорочного внимания, заставляют зрителя использовать фантазию, интуицию и творческий подход для поиска недосказанного, что должно помочь в создании идеальной картины. Предложенная сцена пользуется спросом.

Различие между представленными ролями и прежним *Я* редко выглядит невысоким гребнем, чаще всего – широким рвом. В предлагаемых идеалах можно разглядеть лишь короткие, снова и снова мерцающие моменты действительности, разочарование. Моменты, являющиеся причиной трещины в фасаде или нехваткой оборотной стороны медали, показ которой может оказаться провалом в глазах безжалостной аудитории.

Бывают ситуации, когда, например, председатель наблюдательного совета допускает необходимость стратегического хода. В возникшей паузе представитель мелких акционеров вводит его в замешательство вопросом, сможет ли говорящий отказаться от всех 17 мандатов. И «великий» председатель начинает дрожать от ярости, считать на пальцах,

запинаясь уже на одиннадцатом, называя двенадцатый, любезно просит разрешения повториться и в конце концов, замолкает. Провокация – и маска дала трещину. СМИ поглотили свою жертву, председатель наблюдательного совета тренировался как минимум два раза в принудительном порядке, отрабатывая манеру держаться, сохраняя хладнокровие.

Для чего делается разоблачение? В том числе и для развлечения. Мелкого акционера воспримут как дилетанта, стремившегося пошатнуть идеальный имидж руководителя, причем в самом начале заседания, словно именно он сидит на коне.

Сомнение в себе нередко является частью самораскрытия.

Другую картину самовыражения предлагает, например, Карл-Иозеф («Кайо») Нойкирхен, его символ – красная каска, он спасатель несостоятельных концернов. Образ пожарника ему совсем не подходит, правда он что-то тушит, разливая при ходьбе много воды. «Зеркало» цитировало его, называя проходящим с садовыми ножницами. «Неделя» поняла его как «мальчика для битья», «Журнал руководителя» присвоил ему звание «капитана без команды».

Не важно, насколько справедливы отзывы о нем, не имея значения, насколько естественно он ведет себя, давайте разберем его умение держаться.

Обратим внимание на элегантный, привлекательный внешний вид. Причем необходимость быть хорошо одетым – *condition sine qua non* – подтверждается словами: «По одежке встречают». (Кто представляет себе руководителя в свитере с высоким воротником или в вязаном пуловере и ортопедических тапочках?) Сюда можно добавить глубокий баритон, звучный голос, жизнерадостный, порой выдающий яркие изречения. Ловкость и очевидная уверенность завершают картину, воплощающую самую компетентность, причем умение говорить свободно, без конспекта является для него гарантией успеха. Успешным назовут того, кто способен подготовить свой успех. Хотя бывают – как говорится – моменты, меняющие точку зрения даже подготовленного наблюдателя, что доказывает беспокойное ерзанье на стуле, сигнализирующее о нервозности. Кстати, карамелька погашает острое желание покурить, а теребление лацкана пиджака, галстука или манжеты сигнализирует о подавлении эмоций. Для нас невербальные жесты являются неизбежным подтверждением несоответствия, как говорится: «Совершенство создает агрессию». Выражая себя, мы не стремимся казаться безгрешными, идеальными, возвышающимися над всеми сомнениями. Как минимум пара незначительных минусов должна нарушать отработанный имидж, что направлено исключительно на самоуспокоение. Такие несущественные, иногда редкие моменты управления имиджем и собственным «Я» соответствуют примирению, облегчают достижение желаемого признания.

Непогрешимость папы римского – невыгодный имидж, создающий барьер, порог для его противников, не видящих в себе ничего идеального, поэтому они не хотят признавать видимое совершенство других. Быть естественным – означает осознание своих недостатков.

Следует учесть *эгоподготовку*. Здесь находит подтверждение формулировка французского кинорежиссера Фронкоса Труффаута: «Настоящая импровизация – это когда никто не замечает подготовку».

Самовыражение – искусство, как инсценировка или партитура, отработанная дирижером до совершенства.

Другой пример:

На открытой конференции известный менеджер-экономист решил поставить на место дважды одернувшего его журналиста, когда речь шла об ограниченной ответственности. Только в этот раз управляющий поклялся себе, что все будет по-другому: за две минуты до съемок он выразил журналисту свое личное и профессиональное мнение, чем пошатнул его эмоциональное равновесие, и это дало результат на экране. Разъяренный противник выставил себя эмоциональным наглецом. Разумеется, победил управляющий, с едва

заметной иронией игравший роль возмущенного. В конце программы он подчеркнул, что если бы речь шла о личных оскорблениях, ему бы пришлось сразу прервать программу.

Для зрителей, не знавших предысторию, менеджер ответил в соответствии с его компетенцией, оставался вежливым даже в ответах на дерзкие и неуместные вопросы. Публика была на стороне управляющего. Его имидж был ловко восстановлен благодаря вынужденной сцене с использованием коммуникативного IQ.

В картину новых масштабов самовыражения попадает, разумеется, общее понятие «избирательной аутентичности» или достоверности: «Если говоришь – то говори только правду, хотя, правду не всегда нужно говорить!»

Самовыражение – это направленное выражение, когда честность не всегда в цене. Чтобы определить тематику и направленность поведения, принято рассматривать каждый момент отдельно. Здесь различаются профессионализм любителя, дилетанта и протагониста.

Мастерское самовыражение в любом случае далеко от простой инсценировки. Сюда приобщаются другие присутствующие, каждый выступающий имеет свою публику, не всегда ожидаемую. Давайте ненадолго заглянем «за кулисы» ток-шоу, дабы проанализировать формы нового самораскрытия.

Более 40 ток-шоу проходят еженедельно через матовое стекло экранов в одной только Германии. Ежегодно такая развлекательная программа с доходами от рекламы приносит 8-10 миллионов марок. Популярные американские шоу – в десять раз больше.

Со времен первого немецкоговорящего ток-шоу «Чем позднее вечер...» (ведущий Дитмар Шонхэр), основы развлекательной программы восьмидесятых годов практически не изменились. Так прокомментировала их однажды вечерняя газета «Abendzeitung»: «Кто прилежно смотрит все ток-шоу, может с уверенностью сказать, о чем думали, мечтали, говорили, во что верили в XX веке. Тот знает все метаморфозы феминизма, похождения новых изгоев, оргии самовосхваления политиков».

Зрителю предлагают «хлеба и зрелища», только на современный манер, где информативность заменяется противостоянием.

Речь идет не о гонораре от 500 до 1000 DM, привлекающем гостей для создания «жизненного» развлечения. Мотивируемая шкала колеблется от эго до маркетинга, даже когда представитель руководящих структур оказывается под перекрестным огнем оппонентов, что заканчивается кровоизлиянием или сердечной недостаточностью первого, а мы на короткий момент удивляемся допустимости вопросов на таких развлекательных передачах.

Разумеется, границы давно нарушены, стоимость пропорциональна желаемому размеру разглашения (как заплатишь, так и покажем).

Впрочем, с нашего согласия

- либерал стреляет из водного пистолета в министра – тот падает;
- феминистка и девушка легкого поведения колотят друг друга под лозунгом «Активная дискуссия»;
- гости ток-шоу просто отказываются от ответа и молчат;
- обижаются ведущие, часто политики просто встают и уходят в середине передачи;
- феминистка понимает буквально латинское выражение «in vino Veritas» и выплескивает бокал вина в лицо собеседнику;
- ведущий спрашивает актера, не хочет ли последний передать личный привет своей умершей матери;
- спрашивают актера, когда он впервые пережил оргазм;
- как-то спросили сенатора, как бы он себя чувствовал в роли известного убийцы.

Вербальный восторг больше не имеет границ, а борьба за установленные рамки

воспринимается лишь как провокация.

Используя все многообразие лексики, ведущие раскладывают «личность» своего гостя по полочкам. Если оказывается, что это не тот случай, то право бичевания переходит к другим участникам шоу. Гость оказывается предназначенным для провокации и одновременно «персонажем кукольного театра».

Так, например, Томас Адам называет ток-шоу «Горячий стул» на RTL программой-оппонентом «Франкфуртскому обозрению»: «Ответ коммерческого телевидения на бесконечную болтовню официальных кругов, продолжение и завершение ток-шоу боксерскими поединками». «Свершилось», – так высказался по этому поводу Вольфганг Яниш, – существует все-таки яркая птица – принцип; болтовня о происшествиях, в которых задействованы по возможности одни и те же люди, и ведущий, пытающийся скрепить это все в одно целое, так сказать в непринужденную беседу, зависит от профессионализма». А утверждения? М-ммм, часто, к сожалению, только «социальная мишура», вербальный шум, эффектная вербальная косметика. Но самое главное – имидж соответствует.

### **Новые масштабы бедности взаимоотношений**

Чтобы понять характер разговора, достаточно обратить внимание на положение собеседников по отношению друг к другу. Сопровождающие разговор невербальные сигналы выдадут истинный смысл обращения, начиная с высокомерных и заканчивая заискивающими.

В сфере отношений действует библейское «золотое правило» или философское – категоричный императив, оба можно объединить в высказывание: «Не говори другому то, что сам не хочешь слышать, или точнее: „Не поступай с другими так, как не хочешь, чтобы поступили с тобой!“

Если выражаться научным языком, речь идет о *принципе обратимости*, принципе изменения направления. Мы сами берем на себя обязательство спрашивать: «А как бы вел себя я, оказавшись на месте другого, как бы я тогда себя чувствовал?»

Наше общение не заканчивается моментом получения информации или новости, нам нужно сформировать мнение о данной теме и передать его другим. Часто мы руководствуемся существующими социальными связями с собеседником, стараемся их усилить, сравнить, и, в конечном итоге понять, принимаем мы их или отвергаем.

Нередко мы ловим себя на мысли, как неприятно, когда кто-то навязывает свою точку зрения или пытается заставить нас что-то сделать, и тут же начинаем: «Должен тебе сказать...» без зазрения совести внушать собеседнику, как ему нужно поступить.

Я решаю, когда мне кто-то вербально или не вербально «наступил на ногу», глубоко задел упрёком, обвинением или оскорблением. Точно так же можно рассмотреть опыт со стороны собеседника, который со своей субъективностью воспринимает наши доброжелательные намерения неверно (не то, что хотелось сказать), и мы вдруг понимаем всю глупость положения.

Чего мы меньше всего желаем, так это тщательного отделения личного в межличностных отношениях. В сфере самовыражения каждый из нас легче оказывается в роли наблюдателя, и ощущает себя диагностиком, терапевтом или аналитиком («Что ты скажешь о себе?»).

Каждый из нас задавал себе вопрос, каким меня видит собеседник, как относится, или может, он спровоцировал этот разговор, чтобы прояснить наши отношения.

Нельзя сказать, что тему контакта принято формулировать в начале разговора, иначе к ней приходилось бы постоянно возвращаться. Но если это все же произошло, то в течение беседы к данной информации пытаются добавить новое, чтобы проверить восприятия собеседника, покритиковать или уточнить. Из своей практики могу сделать вывод, что коммуникационные изменения отразились на характере отношений.

Проблема обеднения отношений возникает из-за неспособности определить, является

ли разговор отношениями или это контакт.

Основная проблема руководства, а, следовательно, и сотрудников – это так называемый «деловой» синдром. «Дело в том» аргументирует и освобождает от указаний, предписаний и системы правил, как бы незаметно перекладывает на другого ответственность, мотивацию или проявление инициативы, рассматривая сферу деятельности каждого человека обособленно.

Сообщения о том, как относятся друг к другу отправитель и получатель, сознательно остаются выпущенными, что позволяет общаться в деловой плоскости намного проще, без конфликта, так как личное отношение опускается. Высказывания в пользу важности сотрудников, личных симпатий, акцентов на уважение или похвала составляют рамки нашей коммуникационной структуры сегодня.

Контактные обращения деградировали до бессмысленной формальности, выражающейся в служебной фразе «Не обсуждается».

Неоднократно мы оказывались в ситуации, выходящей за пределы социального шума. Типичный повседневный шум звучит, например так:

«Привет, как дела?» – «Спасибо, хорошо!»

Один пожилой преподаватель риторики как-то упомянул формальность этой фразы и подчеркнул, что сам (всегда!) спрашивает: «У вас все хорошо?» Благодаря «всегда» постепенно и эта фраза приобрела статус «пустой».

Многие готовы выпрыгнуть из окна, когда собеседник начинает допекать вопросом о проблеме отношений. Несбыточной мечтой служебной коммуникации является повседневное общение.

Установлено, что многие обижаются на супруга, любимого или другого собеседника, потому что те склонны подавлять разговор об отношениях и переводить его на другую тему.

Как показывает опыт, в разговоре о фактах нельзя опираться на отношения и собственное мнение. Если человек принимает за решающий момент нарушение взаимоотношений, диалога по существу не получится. Разумеется, когда люди общаются в разных плоскостях, коммуникация складывается тяжело, ведь соглашения можно достичь, лишь находясь на равных.

С двух сторон наблюдается стратегия уклонения. В то время, как один пытается сохранить позиции, другой старается перевести разговор, спровоцировать спор или даже морально растоптать.

Сразу вспомнился случай, когда руководящий работник (мужчина) обсуждал проблему товарооборота с одной из сотрудниц. Разговор затянулся на два часа выяснения отношений и закончился головной болью обоих. Парадоксально, что руководитель был на семинаре, где обсуждалась «метакоммуникация» (моменты, которые нужно избегать в разговоре) и способы избежания конфликтов, к сожалению сотрудница не была на семинаре.

По результатам разговора можно предположить, что теперь женщине известно понятие «отсутствие отношений». Оба несколько раз пытались прояснить «дело» (или все-таки «отношения»), что не привело ни к какому результату. В конце концов, управляющему ситуация показалась неприемлемой, и дело закончилось увольнением.

Согласие не было достигнуто. Сработал односторонний механизм защиты, а другая сторона не смогла его обойти, что привело к разрыву коммуникации, признанию несостоятельности разговора.

Ведущий к разрыву «информативный» барьер возникает не только в официальном общении.

Может помочь замена профессиональной лексики на разговорную. Иногда, чтобы прояснить сложившуюся рабочую ситуацию, просто необходимо говорить на обычном языке, понятном всем. Сложности в понимании руководящих структур начинаются как раз с этого. Все заканчивается пустыми обещаниями, без объяснения потребностей, заданий и

деятельности в целом.

Руководство избегает информативной и косвенной речи, ни в коем случае не обсуждает частные интересы, не выходит за рамки организации, поступает соответствующим образом, пропускает свои обязанности и т. д. Все одно и то же губительное заблуждение, и оно бесконечно.

Выход сравнительно прост. В группе людей каждый должен высказаться, что он думает о других, что его задевает, нервирует или радует (бывает очень редко!).

Эмоциональная буря похожа на фейерверк, сюрприз для окружающих. Для конструктивного управления таким состоянием необходимо задать себе три вопроса:

- Что я переживаю?
- Как это на меня влияет?
- Что я себе желаю?

Для формирования процесса необходимо некоторое регулирование с *обратной связью*, оберегающее слух окружающих от субъективной действительности.

Климат изменился, прежде всего, с появлением еженедельных «неформальных заседаний» в условиях работы, где в свободной обстановке обсуждаются проблемы, информация, компетентность и личное.

Возможно, обеднение контактов – следствие организации времени или стремительно развивающегося мира. Не всегда, но все-таки часто мы стараемся выделить сферу контакта из наших повседневных разговоров. Таким образом мы пытаемся заверить себя, что каждый человек может быть «контактным» и открытым. Но тут же возникают трудности, нужно суметь обратить внимание и правильно отреагировать в достаточной мере на нужного человека в нужное время, с правильно поставленной целью.

С одной из таких трудностей я и столкнулся на семинаре «*Провоцирующая терапия*» в приветствии.

Вокруг двух ведущих сидели двадцать участников в ожидании, когда же их начнут учить провокационным трюкам.

Познакомившиеся за несколько минут до начала с участниками семинара ведущие, после короткой вступительной речи, предлагают установить первый контакт. Из группы выбирается человек, его приветствуют и начинают о нем рассказывать, о его хобби, профессии, семье.

Такое упражнение контактного восприятия множества «представлений» постепенно вырастает в *вербальную вражду*, разжигаемую посредством направленных высказываний.

Каждый по возможности пытался остроумно сказать в адрес остальных более или менее деликатные, дружелюбно звучащие колкости, что позднее пришлось прервать, дабы не допустить разрыва коммуникации.

Этот ход событий был запланирован ведущими, и если бы что-то пошло не так, они переключили бы внимание участников на другое.

Опасными можно считать два момента:

С одной стороны, большинство участников были терапевтами, ведущими не один год собственную практику, оказавшимися перед проблемой установления контакта не с клиентом.

С другой стороны, практически все присутствующие поддались *агрессивной психогигиене*.

Из этого можно сделать вывод: наши контакты с окружающими очень малы. Семинар не выполнил задач, поставленных его основателями, Франком Фа-реллом и Джеффри Брендсмом: «Провокационная терапия делает упор на развитие социальных межличностных отношений, стимулируя индивидуальные потребности, согласовывая их с современными общественными проблемами и реальностью». На самом деле, все не так просто.



К картине бедности контакта не относится создание нами многочисленных *цензоров и рамок*, призванных сдерживать некоторые спонтанные, личные высказывания о себе или собеседнике, чтобы нам не приходилось прикусывать язык.

Мы чувствуем себя рациональными аналитиками коммуникативной системы, находящимися под постоянным давлением, которое тоже должны контролировать. А действительно ли это система? Наблюдательный пост часто оказывается маловат, раз не может сдержать эмоциональной, контактирующей сущности.

Наша *цель* – проникнуть в контактную сферу собеседника, чтобы он не мог не согласиться развивать дальнейшее общение. Не забывать сдерживаться, когда собеседник пытается разрядить обстановку. Как индивидуум каждый из нас сам несет ответственность за свой мир чувств и отношение к нему. Благодаря выбору или воле – их философское значение совпадает – мы можем менять свое поведение. Чтобы не строить мост вдоль берега, как гласит немецкая поговорка, нужно нести ответственность за сказанное и использовать обдуманнные шаблоны поведения, например, как направить собеседника на завершение разговора, избегание его или как минимум игнорирование.

## **Новые масштабы обращения**

Каждый разговор имеет цель, возникающую из чистой самоцели.

Кто-то хотел бы, чтобы собеседник читал его мысли. Так значит, отправляет человек мысль: «Тебе нужно сделать это или то!» Продавец, следуя своим интересам, отправляет обращение в форме вопроса: «Итак, больше нет никакого аргумента против того, что эта модель подходит для вашей коллекции?» или (нет никаких причин сомневаться, что модель подходит). Здесь имеет место факт обращения, благодарность, стимулирование покупки, приглашение к действию или бездействию. Рамки обращения, как контекст разговора, варьируются до бесконечности. Иногда обращение звучит прямо, иногда – в скрытой форме, как будто уже оговорено. Но здесь вступают в силу новые масштабы обращения, с которыми мы постоянно пересекаемся во многих жизненных сферах, первично в служебной, профессиональной коммуникации. В обращениях часто не хватает мужества для противостояния, мы говорим мягко, издали, прикрывая настоящий смысл высказывания осторожно подобранными словами так, что собеседнику практически невозможно понять истинный смысл слов.

Формулировка «Скажи, чего ты хочешь, и ты получишь это!» едва ли функционирует, потому что мы сами не осмеливаемся определить наши требования и желания.

Чистое обращение четко дает понять, чего мы от всей души желаем, и едва ли позволяет существование подтекста коммуникации. Неясность возникает из-за различия в процессах понимания и слухового восприятия, различия между «понимать» и «соглашаться с услышанным».

Как же выглядит единичное обращение?

В общем калейдоскопе возможных обращений, ежедневно вращающихся вокруг нас, можно выделить несколько основных.

## **Обращение в черно-белом восприятии**

Многие обращения представляют человеческую психику как эмоциональное определение «черного» или «белого» решения в качестве структурного элемента. Такое обращение делит наш окружающий мир, поступки или мысли на хорошее – плохое, враждебное – дружелюбное, нравственное – безнравственное и другие похожие категории. Аналогично римская арена во время гладиаторских боев нуждалась в тех, на кого будет направлено обращение, ответом на которое служило качание или кивки головой, а также поднятый или опущенный большой палец. Формирование мнения упрощено. Западному

миру было ясно, что 2 августа 1990 года произошла оккупация Кувейта Ираком. Сообщение Кувейта «свободный мир» и, в частности, «объединяться», нашло отклик в словах Джорджа Буша: «Враги моих врагов – мои друзья!» Такое черно-белое мышление защитника свободного мира, использовавшего простую тему друга – врага, персонифицировалось в образ Садама Хусейна, был поставлен штамп, что получило отражение в «свободной» прессе.

Целью такого обращения может стать что угодно, например, конфронтация опыта собственного и собеседника, угроза устойчивости своих убеждений или других мыслительных процессов. Другой пример – передача «Беседа в башне» с Эрихом Бёме на немецком ТВ канале Sat1, где приглашенные в студию гости, в конце концов, теряются среди предложенных лозунгов: «Будь пацифистом», «Ты – потенциальный убийца», «Операция, проведенная миротворческими силами» (кто сказал «операция освобождения»? ). Теперь обращение передается в форме изображения.

### **Синдром содействия в обращении**

Институты, организации и также многие другие предприятия делают обращения для оказания содействия. В качестве примера приведу лозунг немецкой кампании «Экономическая помощь развивающимся странам», часто осмеиваемый и повсеместно цитируемый нуждающимися в помощи: «Помощь во имя самозащиты!» Мы родились помогающими в мире нуждающихся. Да, вот только за этой точкой зрения всегда ли скрывается изначальный смысл, получается, что действительная идея сомнительна изначально. Часто форма обращения нравится, но собственное Я оказывается сильнее. Кому не понравится роль помощника, современного самаритянина или Робин Гуда, помогающего бедным?

### **Теория «козла отпущениям**

Примеры легко найти во всех предвыборных кампаниях, призывы голосовать за ту или иную партию часто строятся по данной теории. Так было на выборах 1992 года, тогда SPD (Социал-демократическая партия Германии) оказалась виноватой в так называемом «усилении иностранного влияния» на Германию. Выборы 1994-го показали, что безработица принципиально была учтена в программах гражданских партий, но тогда каждый «не гражданин», как минимум, переходил в категорию потенциальных неоккоммунистов или даже неонационалсоциалистов. Тем, кто выступал на стороне Партии зеленых (сторонники Green Pease), грозило ухудшение экономического положения – политика партии далека от реального положения вещей. Еще хуже обстояло дело с обращениями к избирателям, голосующим против всех, чья пассивность рассматривалась как содействие экстремизму. На получившуюся картину нельзя смотреть без иронии. Но разве 16 октября 1994 года мир стал выглядеть дружелюбней?

Mutatis mutandis – определение неудачных обращений избирательно. Условия, создавшаяся ситуация или временные рамки, благоприятность. Образуется установка на нахождение виноватого, чаще всего жертвы. Иногда находится герой, наказывающий названного во всеуслышанье «демона».

В любом случае наше одобрение действует. Происходит пафосное избивание дракона под лозунг «Я так решил и не могу иначе».

### **Чувство победителя в обращении**

Установлено, что во время выборов даже принявший решение избиратель начинает сомневаться в правильности своего решения после проведения анкетирования. Партия, получившая по результатам опроса наибольшее количество баллов, становится

потенциальным победителем, тем самым отодвигая противостоящие силы на задний план. Подобная тенденция происходит при подготовке обращений, направленных на целевую аудиторию.

Выступающий обращается к слушателям с эмоциональным внушением «чувства победителя» и упором на действие или определенную форму мысли.

### **Упор на комплекс вины или освобождение от него**

Осознано или нет, но мы задаем себе вопрос, чего хотим достичь в определенный промежуток времени, цикл или просто какова наша основная позиция существования. Направленное на комплекс вины обращение, освобождающее или отягчающее (чем четче, тем функциональней) нашу совесть, где призыв ориентирован на выполнение долга или на прощение нарушившего свои обязанности. Так обращение, направленное на противостояние норвежскому экспорту, объявляло нашу совесть виновной в процветании китобойного промысла.

Хотя наша совесть склонна защищаться, например, там, где кандидат прячется за фактом, что западная демократия утратила свое назначение. Нет, такого обращения мы не допустим.

Слушая выступление человека, достигшего определенных успехов в экономической или политической области, список повседневных обращений можно пополнять бесконечно. Назову некоторые из них:

- ориентированные на экономичность;
- экологического характера;
- эгоцентрическое сообщение;
- направленные против неравноправия;
- направленные на чувство значимости;
- ставящее под сомнение уже признанное и так далее, и тому подобное.

## Я — Сообщение...



В-о-о-он!  
Каков наглец!

Я вас правильно понимаю,  
вы хотите  
побыть один?!



**... и ваши «ощущения»!**

## Часть вторая Новые образования

### Провоцирующая риторика, или возможность найти меткий ответ

Потеря самообладания – это «мотивированная солидарностью» диалектика (Руперт Лей), внешняя сторона профессиональной предупредительности продавцов, а также выработанная, можно сказать, отшлифованная приветливость в ведении разговора.

Парадоксальным окажется, если главный консультант скажет клиенту о нежелании помочь или станет с улыбкой возражать ему. Ответ психотерапевта (Для вашей проблемы нет решения!) просто введет в замешательство клиента.

Условиями и границами провоцирующей риторики и аргументации является здоровый эмоциональный контакт и активное управление разговором.

### Существует ли провоцирующая риторика!

Несколько лет назад в США Франк Фаррелли и Джефф Брандсма разработали теорию «провоцирующей терапии», едва ли известной в настоящее время в Германии. В результате систематических поисков было выявлено множество различных коммуникационных элементов, относящихся – чаще всего не корректно – к диалектике, а также к деятельности

опытных журналистов, консультантов. Их легко найти в политических дискуссиях или в банальном разговоре завсегдатаев.

Техника провоцирующего общения не нова, новым считается признание терапевтического эффекта разговора. Из контекста можно выделить несколько интересных моментов, на которые следует обратить внимание консультантам, продавцам и другим людям, желающим или обязанным, в связи с должностным статусом профессионально общаться. Понятная другим постановка цели.

- Стыковка происходящих изменений и эмоционального состояния.
- Игнорирование привычных реакций.
- Остроумное и доброжелательное противостояние высказываниям, другим взглядам.
- Сознательная провокация сопротивления.
- Ирония серьезности.
- ...и неожиданная реакция.

Профессор, доктор Рита Зюсмут так охарактеризовала известного немецкого телеведущего Уль-риха Викерта: «Он использует язык не как меч, а как рапиру». Это можно сказать о любом искусном ораторе, которого отличает живость ума и неоднозначность. Вместо того чтобы притворяться простодушным или честным, ему легче вызвать смех слушателей или собеседника, причем смех может быть даже по поводу собственной персоны, в то время как сам разговор требует продолжения или ответа. Смех может послужить выходом из сложившейся ситуации, которая кажется безнадежной, или даже помочь выиграть время или отложить окончательное решение.

К типичным представителям провоцирующей риторики относят Викерта и Зюсмут, получивших «орден острослова» на праздновании объединения белых и синих в городе Нойнкирхене.

*Пример.*

27 января 1995 года, вручение ордена Рите Зюсмут, Викерт, победитель прошлого года находится среди почетной публики.

Мэр города Нойнкирхена Штапманнс решил во всеуслышание поспорить с Викертом:

*«Г-н Викерт, могу поспорить, что до среды в ваших ежедневных комментариях вам не удастся вставить фразу „красота Нойнкирхена и Зейльшайда“. Если вам это удастся, я готов выплачивать на каждом празднестве минимум 3000 DM в фонд помощи трудным подросткам... Но если у вас ничего не выйдет, придется вам в течение недели смотреть журнал и пить теплое пиво».*

Через секунду Викерт был уже на трибуне с ответом:

*«Дорогой мэр, вам точно не удастся вставить фразу „красота Нойнкирхен и Зейльшайд а“ в мои ежедневные комментарии до среды. А если все-таки получится, я охотно внесу 3000 DM в фонд помощи трудным подросткам».*

Тем самым Викерт согласился лишь с первой частью предложенного спора, вторая часть осталась открытой.

Впрочем, уже на следующий день он начал один из новостных эпизодов словами: «Есть много красивых мест на земле, будь то Нойнкирхен, Зейльшайд или Тодтмус...»

Таков классический пример провоцирующей риторики, отличительной чертой которого является шутка и удачный ответ на нее. Как казалось, первоначально было лишь два варианта выхода из данной ситуации: принять спор либо отказаться от него.

Викерт нашел третий, самый удачный, который устроил всех.

И еще пример: как-то мне довелось побеседовать с ведущим специалистом по развитию

персонала крупного автомобильного концерна Германии на тему провоцирующей риторики. Вот что он мне поведал:

*«Расскажу о человеке, назовем его г-н Н., который долгое время не мог решить, хочет ли он заниматься распространением автомобилей исключительно нашей марки. Он постоянно звонит мне по телефону, высказывает свои соображения, что равным счетом ни к чему не приводит.*

*Не долго думая, в конце недели я поехал к нему в офис без предупреждения и поблагодарил за желание быть нашим представителем. А затем сообщил, что после основательного взвешивания всех «за» и «против», я пришел к заключению не принимать его предложение, поскольку мы не можем сотрудничать с людьми, не готовыми стать членами нашей семьи или не уверенными в правильности принимаемого ими решения. Вот причина нашего отказа от сотрудничества, кстати, вынужденная. Затем я распрощался с озадаченным предпринимателем.*

*Потом были выходные, а когда я пришел на работу в понедельник, от него было уже два звонка. В следующем телефонном разговоре он мне объяснил причину колебаний: разумеется, такое решение нельзя принимать опрометчиво, необходимо все основательно обдумать, что он и сделал, и теперь хотел бы стать нашим представителем. И вот сегодня он является одним из лучших сотрудников концерна».*

Возможность отказа привела к желаемому успеху. Там, где не помогают ни советы, ни уговоры, можно попробовать провокацию.

Кстати, едва ли среднестатистический продавец позволит себе использовать такой способ, если на карту поставлено многое, скорее он приемлем лишь для маленьких побед.

Оптовые продавцы работают по-другому. Они не просто продают, но и оценивают свои достижения или продукт, обдумывают, как лучше «подать» товар.

### **Какие качества характеризуют человека, применяющего провоцирующую риторику!**

- Он знает: при неполноценной коммуникации вакуум общения заполняется недостоверной информацией, слухами, болтовней, хвастовством, что и отравляет атмосферу разговора. Противостоит этому *провоцирующая* коммуникация, в основе которой лежат нелогичные или даже нелепые высказывания, как ни странно, направленные на действие.

- Он может передать информацию между строк и понимает, что слово не воробей, вылетит – не поймаешь. Он поддерживает связь с окружающими, выступает против «Lingua blablativa», слышимой, но непонятной речи, болтовни. Искусный оратор, он считает, что слова лишь обозначают мысль, а не высказывают ее.

- Знание для него начинается с накопления опыта (всем известно, что полагаться на восприятие ненадежно), с осознания искаженности реальности и предположений.

- Для него язык – первоисточник недопонимания, которое ему хочется свести к минимуму. Там, где идея не ясна, а коммуникация сводится к «не могу» и «не хочу», возникает хаос.

Но он знает, что слово – попытка сближения с идеей, не с самим делом, поэтому можно положиться на такой подход.

- Он не соглашается, когда разговор рассматривают как монолог. Он убежден, что даже монолог предполагает наличие умного слушателя, хотя и этого недостаточно. Искусный оратор не позволит себе «социального шума».

Рационально желание, чтобы с тобой говорили, а не тебе говорили.

- Он считает, что не сама точка зрения влияет на дело, а вид и способ ее преподнесения. Одного присутствия духа не достаточно, необходимы подходящие слова, чтобы сформулировать мысль. Владелец ума способен подобрать верные слова, чтобы озвучить свою мысль, хотя на практике выясняется, что не каждый, кто говорит правильно,

действительно умный человек.

- «Говори, и я смогу тебя узнать!» Настоящий оратор хорошо знает: «Заговори с человеком, и ты уже не говоришь с ним, так теряют человека. Помолчи с ним, и вы все равно разговариваете, так теряют слова» (Конфуций). Наш оратор не теряет ни людей, ни слова.

Исходя из внутренней необходимости, он ценит тех, кто не соглашается, уважает упорство собеседника, проверяет устойчивость основных его понятий, его логическую систему и умственные способности.

- Свои высказывания он рассматривает как действия, расставляющие акценты в разговоре, обозначающие его позицию. Только такие акценты и позиции действительно в конкретный промежуток времени, то есть в момент разговора. Когда позиция становится камнем преткновения, он беспристрастно от нее отказывается, ведь самое важное в разговоре – собеседник, требующий бережного к себе отношения (вербального). Даже ласковые и обходительные высказывания могут шаржировать, иронизировать или заставить задуматься. Как профессионал, он чувствует границы собеседника и соблюдает их.

- Ему известно высказывание Бернарда Шоу: «Чтобы узнать правду, нужно возразить говорящему». Возражение – это элемент провокации, направленный не на то, чтобы размыть или скомпрометировать позицию говорящего, а на освещение и прояснение ситуации. Иногда умственный статус добывается признания.

- Он знает, что правда относительна, существует не сама по себе, а для кого-то. Каждый, кто думает, что истина может чего-то требовать, бросает ей вызов и охотно пускается на ее поиски вместе с другими, приписывая себе уже известное. Как Индиан Джонс, которого не оставляет в покое мысль, что в глубине незнания хранится сокровище, до сих пор не найденное. Или лучше сравнить его с Сократом, чувствующим себя свободно, когда речь идет об акушерстве, так сказать, содействующем правде в высказываниях других? Речь не идет о дилемме, скорее наоборот. Это жажда чего-то нового и помощь при родах одновременно.

- Его утомляет однообразие. Возражение делает оратора продуктивным, творческим и неутомимым. Ему не интересен выигрыш дискуссии, скорее торжество других является его личной победой. Франц-Йозеф Штраус однажды бросил вызов своему противнику, экс-бундесканцлеру Шмидту: «Дорогой коллега, разница между мной и Вами в том, что я не совсем прав, а Вы точно неправы». Слова, достойные провоцирующего оратора. Интересно, знает ли он, что того, кто совсем неправ, легче переубедить, чем того, кто прав наполовину. Или считается, что полуправда хуже фальши?

- Провоцирующий оратор понимает, что легче поверить в ложь, которую слышал сотню раз, нежели в правду, которой никогда не слышал. Искусно, убедительно и потрясающе представленное заблуждение, как скала или острый мыс во время прибой.

Он скажет лишь «половину правды» и подтвердит: «Верно, но лишь наполовину!» Конечно, он может выступить с прямым возражением и ответить собеседнику: «Вы правы, но всей правды вы бы не смогли вынести!»

- Он избегает заумных речей, так как знает, что нет ничего легче, чем сложно выразиться. И что глубина высказывания часто лучше его избыточности. Его оружие – власть над словами, обычный меч не поможет в борьбе с «вербальным мусором» и излишним «социальным шумом», хотя многие так не думают.

Даже в самом жарком споре он способен беспристрастно формулировать свои мысли и не будет повторять уже сказанное им однажды.

Предлагаю вам рассмотреть следующие модели поведения.

### **1-й элемент стратегии. Нарушение стереотипного распределения ролей**

В основе 80 % всех разговоров заложены общепринятые фразы, используемые обычно в свободном порядке и направленные на собеседника.

Например, в беседе с продавцом покупатель ожидает, что товар захотят продать ему по максимально высокой цене. Продавцу, со своей стороны, хорошо известно положение других и что, скорее всего, нужный товар или услугу потребителю предложит еще кто-то, поэтому он старается обеспечить качество товара и «рекордно хорошую цену». Общение не должно тяготить ни покупателя, ни продавца, оба стараются сигнализировать о понимании ситуации, выбирая для самовыражения внешнее спокойствие, внимание к мнению собеседника. Важно, не потеряв лица, оказаться в выигрышной ситуации.

Другой пример легко найти в повседневной жизни, где каждый находится под давлением руководства, дающего нам различные поручения. Начальник цитирует своего начальника, говоря о срочности продвижения нового продукта, делая упор на важность предполагаемых надежд сотрудников. При переключении своей проблемы на других, атмосфера разговора простирается от отечески благосклонной до сурово взыскательной. Собеседник подчеркивает, что он именно так расценивает проблему – теперь уже свою – и принимает поручение.

Про себя он думает: «Как обычно, шефу нужно найти козла отпущения, когда момент уже упущен и невозможно надеяться на желаемый результат. А если все-таки достигнут? Известно, кто будет почить на лаврах и кто больше всех трудился».

Каждому своя роль, и оба предугадывают результат.

Как выглядит практический совет консультанта? Похожее есть в отношениях терапевта и больного. Пациент, точнее сказать клиент, ложится на кушетку и старается объяснить свою проблему. Теперь дело за терапевтом, то есть советчиком, ему следует найти решение, которое понравится клиенту. Как и после решающего сражения гладиаторов, участь побежденного решает поднятый или опущенный большой палец. Если предложенное решение или совет оказываются рациональными требуется осознание надежности, и как запасной вариант рассматриваются некоторые сомнения: «Хорошо, попробуем один раз, полностью вы меня не убедили... хотя, в общем, вы толковый советчик».

Все знают, что деятельность консультанта зависит от гонорара, как и ответственность. Рольевое клише можно обозначить следующим образом:

### **Клиент/проблема + консультант/решение = ситуативная действительность**

Давайте рассмотрим, как можно прервать эту предполагаемую парадигму. Чтобы смутить собеседника, существует множество способов, ориентированных на ситуацию: заранее обдуманная модель или взятый за основу план вопросов, чтобы найти для него (а следовательно и для нас) новый выход из сложившейся ситуации.

Вот несколько вопросов:

- Что за роль собеседник отводит мне?
- Как он расценивает себя?
- В чем проявляется его предрасположенность к конфликтным ситуациям?
- Как лучше сбить с толку собеседника, чтобы это не означало завершение разговора, а оказалось созданием новой позиции взглядов.

Хорошо, если собеседник способен оказаться на моем месте. Этот метод широко применяется в диалектике. Теперь забудьте о нем, так как в его основе лежит механизм объединения, мотивированный солидарностью и требующий осмотристельности друг с другом.

Мы хотим большего, *место* должно стать *выходом*: я хочу, чтобы собеседник излагал вслух мои аргументы, свои возражения оставлял при себе и брал на себя мою



ответственность.

Разумеется, необходима некоторая смелость, чтобы перепрыгнуть через свою тень: сказать «нет» вместо ожидаемого «да», поставить под вопрос реальность собственного восприятия, избежать проторенных путей ведения разговора и наперекор всему – словесной путаницы.

Проще всего представить ситуацию с терапевтом, отвечающим на вопрос, как решить проблему клиента: «Не знаю, как помочь вам». Как минимум, реакцией пациента будет удивление. Как? Нет решения, но я думал!.. Прекрасно, изменилось течение мысли, раньше думать мог лишь терапевт, а теперь началась собственная умственная работа.

Представим ситуацию с приветливо проконсультированным покупателем, который в завершение говорит: «И теперь вы хотите всучить мне этот замечательный продукт?» Вместо подавленного бормотания, похожего на «да», неожиданно он слышит парадоксальное «нет!», сопровождаемое улыбкой уверенного в себе человека. «Нет», и продавец снова может аргументировать: «Во-первых, я не хочу вам навязывать что-либо, во-вторых, у вас нет доводов в пользу того, что наша новинка вам необходима!» Чаще всего покупатель забывает все аргументы против и начинает искать причины, чтобы купить товар.

Подожди, скажете вы, это не входит в роль покупателя!

Совершенно верно. Но парадокс в ответе и деликатная *провокация* оказались побуждением, старый образ мыслей сломлен, а на обломках, как птица феникс, из пепла возродилось направление разговора иного рода.

Кто не рискует, тот не пьет шампанское, как говорит известная всем поговорка, одинаково применимая как для игрока, так и для верующего человека.

До сих пор четко вспоминается, как в начале своей деятельности в качестве консультанта мне *интуитивно* пришлось прервать складывавшуюся ролевую парадигму, что побудило клиента к действию. По завершении долгого разговора с руководством индустриального предприятия, один из гостей хотел попрощаться следующим образом: «Мы с коллегами должны еще раз спокойно обсудить, стоит ли вообще заключать с нами договор, естественно никто не ставит под вопрос нашу компетенцию, но *нужно еще раз все обдумать*. О решении вас известят в начале следующей недели». Господа уже направились к выходу, когда мне совершенно спонтанно пришло в голову объявить, что мы не можем принять данный договор, что наконец, отношения с партнерами строятся на безграничном доверии. Если оно не возникло самопроизвольно, значит дальнейшие отношения не стоит продолжать. Следующие полчаса руководство пыталось меня убедить всеми возможными способами подписать договор сейчас. Пришлось согласиться.

Некоторое время назад по третьему каналу РЕР передавали интервью известного эксперта профессора и доктора Ролфа Шведтера, обсуждалась его любимая тема «субкультура».

Шведтер в повседневной одежде стоял близко к ведущему и полностью соответствовал роли человека, у которого берут интервью, то есть интервьюер спрашивает, интервьюируемый отвечает.

Получился следующий диалог:

*Интервьюер: «Г-н профессор, как эксперт в данной области, объясните, что конкретно означает понятие "субкультура"».*

*(Интервьюер свободно отклоняется назад).*

*Эксперт: «Субкультура? Какую именно вы имеете в виду?»*

*(Эксперт свободно отклоняется назад, интервьюер шокирован).*

*Интервьюер (напряженно, явно сбит с толку):*

*«Э-эмм...а что, их несколько?!?»*

Так происходит изменение сложившейся структуры мысли: интервьюер намеривался держать нить разговора в своих руках, оказывать давление на собеседника посредством вопросов, тем самым контролировать развитие диалога. Но неожиданно для себя ведущий сам оказывается под давлением.

*Эксперт: «Так вот, если рассматривать регрессивную и прогрессивную, то они подразделяются на эмоциональную и рациональную субкультуры. Речь идет о какой-то из них?»*

...

Г-н Швендтер, кстати, оказался довольно милым человеком, он «с легкостью» помог провести интервью смущенному журналисту. Так происходит смена ролей.

Очередность событий ясна: после нарушения традиционного распределения ролей нужно решить, стоит ли продолжать разговор. Естественно, способы таких нарушений зависят от ситуации. Не обязательно это должна быть кувалда, иногда даже легкое дуновение ветерка может вывести собеседника из равновесия... или послужить восстановлению последнего.

Другой пример.

В уютной атмосфере дня рождения одна дама в годах без усталости говорила о том, что настоящие кавалеры, способные действительно ухаживать за барышней, перевелись. Хорошие времена закончились еще тогда, когда эмансипация только начинала будоражить умы молодых людей. Как жаль, ведь благодаря ей (эмансипации), все джентльмены вымерли.

Услышав это, один молчаливый слушатель с ухмылкой пробурчал себе под нос:

*«Ах, знаете ли вы, может мужчинам надоело: сначала они обустроивают быт женщины... а потом оказывается, без его помощи она не в состоянии даже по лестнице спуститься!..»*

Односторонняя дискуссия переросла в жаркую полемику, другие тоже включились в разговор.

Хорошую нить разговора, хорошие отношения между вами и собеседником легче разрушить, нежели сохранить.

Изменение поведения – результат применения парадоксальных, провоцирующих, раздражающих коммуникативных моделей, посредством которых человек отказывается от своих устоявшихся взглядов в пользу нового, необычного направления мысли.

Свою старую роль он знал – теперь он должен проверить себя в новом амплуа. Таково течение жизни, без обновлений оно непостижимо.

Хотя даже мастеру ораторского искусства иногда приходится резко одернуть собеседника, возможно, чтобы прекратить болтовню.

В «мужском кругу» часто случается, что божественный Дон Жуан возомнит себя Ромео и часами восхваляет свои подвиги и потенцию. Все попытки сменить тему исчезают незамеченными, как вода сквозь песок.

От чванства спасет риторическая провокация:

*«Знаете, какое впечатление вы на меня производите?»*

*«Нет».*

*«Вы как инвалид, рассказывающий о войне!»*

Не позже чем через две минуты говорун поспешит удалиться, пробормотав какую-нибудь отговорку. При дальнейших встречах вряд ли ему захочется затрагивать тему женщины.

Кстати, подобная реакция на раздражение проявляется и при других простых психологических феноменах – потеря роли не такое уж великое дело. Разумеется, тяжело наблюдать, ничего не делая, как нарушается или даже теряется смысл ролевых отношений. Изначальная модель проста и потому функциональна: наша роль определена действиями, причина которых в ролевых клише, на них мы реагируем поступками и создаем новые причины, определяющие новый образ действий.

Вместо желаемых рекомендаций от терапевта пациент слышит, что его проблему нельзя решить. Продавец вводит в замешательство покупателя тем, что не хочет принимать планируемый контракт. Ролевое понимание нарушено, собеседник оказывается в неожиданной ситуации.

Умно и правильно применять провоцирующую риторику – значит быть понятным, не высказывая свое мнение откровенно.

Часто шутка проливает свет на правду. *В шутке лишь только доля шутки...* Тонко, деликатно и всем понятно.

Любое преувеличение, воспринимаемое как утрирование, может привести провокацию к цели и заставит человека посмотреть на себя или ситуацию со стороны, что тоже является своего рода рефлексором.

Иногда результат просто неожиданный: наши лучшие умозаключения (обдуманые!) оказываются ошибочными.

## **2-й элемент стратегии. Пресекайте некоторые моменты в разговоре провоцирующими высказываниями**

«Кто спрашивает, тот ведет!» – гласит основное правило диалектики. Забудьте его на некоторое время, и в виде исключения не задавайте вопросов, чтобы прояснить проблемную ситуацию, а вместо этого используйте откровенные (иронические?) комментарии. В обычном случае выясняется, действительно ли собеседник руководствуется изначально мотивом или его основная установка – очень осторожно подходить к решению щекотливого (затруднительного) дела.

На презентации нам приятнее услышать: «Скажите, пожалуйста, не могли бы вы, наконец, говорить громче/писать крупнее?!», чем позитивное, но с едва заметной иронией, даже с улыбкой: «Извините, не могли бы вы чуть тише говорить/мельче писать?!»

Желаемое влияние сравнительно понятно, мы хотим:

- довести до чьего-либо сведения желаемый образ действий или мыслей;
- совместить чувства и приспособиться к эмоциям;
- добиться сопротивления и общения;
- достигнуть легких, приветствуемых изменений в отношениях.

Провоцирующие высказывания «бесплатны», на них можно реагировать, хотя никто не обязан это делать. Едва разговор приобретает серьезный характер, провокация происходит автоматически. Провоцируемое вмешательство направлено на нахождение внезапного выхода вместо общепринятого пути.

Часто решение приводит к познанию, сюда же относится тщательный анализ спровоцированных извинений, если речь идет об оправдании.

Пример.

*В середине разговора провоцирующий оратор с ухмылкой объявляет: «Насколько вероятно, что вы создаете такое количество слов, дабы прикрыть посредственность ваших мыслей?»*

Реакция имеет действие разорвавшейся бомбы.

Давайте представим возникновение протеста, следующего этапа развивающихся коммуникационных отношений:

*«Уважаемые дамы и господа, меня зовут Ханс-Хайнрих Мюллер, я известный немецкий политик в области коммунального хозяйства... – пауза – ... так ко мне однажды обратились...»*

Сначала говорящий почувствовал нарастающий протест, а затем – облегченный смех. Излюбленный прием блестящего оратора.

Или разберем интервью Франца-Йозефа Штрауса в «Зеркале» (1/1978), представляющего интересы Рудольфа Аугштайна, Эриха Бемэ и Дирка Коха, – образец смены ролевого распределения и одобрения позиции противоположной стороной.

Открытая колкость, обсуждение вербальных упреков и уверток создают сцену «чистой культуры провоцирующего оратора».

...

*«Зеркало»: Господин Штраус, если бы газеты повсеместно не ввали, то в 1978 году вас избрали бы премьер-министром свободной Баварии.*

*Штраус: Прежде всего, хочу выразить свое уважение избирателям и сказать, если избиратели на предстоящих парламентских выборах...*

*«Зеркало»: По какой причине вы не принимали участие в выборах 1966-м (а именно не выдвигались в канцлеры CDU/CSU<sup>1</sup>)?*

*Штраус: Я не хотел.*

*«Зеркало»: Почему вы не хотели?*

*Штраус: Потому что не хотел. Когда меня спрашивают: «Почему не хочешь?», отвечаю: «Не хочу и все». В Баварии такой ответ считается исчерпывающим.*

*Шпигель: В Баварии может быть, а что делать другим Федеральным Землям? Вы сможете дать людям разумное объяснение?*

*Штраус: С тех пор...*

*«Зеркало»: С тех пор дела пошатнулись?*

*Штраус: С тех пор электронная система разрослась во всех направлениях...*

...

*«Зеркало»: Складывается впечатление, будто ваша стратегия направлена на то, чтобы позлить г-на Коля.*

*Штраус: Это ваша личная гипотеза. Если бы у вас не было различных предположений, вы бы не знали, что писать.*

*«Зеркало»: Да, мы не сидим под дверью, когда вы с Кодем заседаете. Может он вас и любит?*

*Штраус: Не так, как вы думаете.*

*«Зеркало»: Одно известно точно: стоящие перед дверью люди постоянно озадачены...*

*Штраус: Вы не думаете, что шанс оказаться ошеломленным сегодня делает жизнь красивее и травмирует стариков?*

*«Зеркало»: Такой программы не существует. Вопрос не в том, насколько мы ошеломляем. Вопрос в том, насколько г-н Коль озадачен вашей деятельностью. Штраус:*

---

<sup>1</sup> Christlich-Demokratische Union – Христианско-демократический союз, ФРГ/Christlich-Soziale Union – Христианско-социальный союз (партия в Баварии).

*Должно быть, г-н Коль думает так же, как и вы...*

...

*«Зеркало»: Позвольте нам, пожалуйста, деятельность объединения Коля назвать демонстражем.*

*Штраус: В некотором роде вы напоминаете человека, который поджег дом и первый кричит, что пожарные не едут.*

*«Зеркало»: Коля мы не разжигали. Человек CDU, которого мы уважаем и ценим, подтвердил, что одну треть демонстража выполнил Коль, другую треть сделал Шмидт, а оставшуюся треть работ произвели CDU и Штраус.*

*Штраус: Тогда г-н Шмидт и я выполнили две трети, что является довольно значительным.*

...

То, что «Зеркало» руководствуется провоцирующей риторикой, четко показывает анализ последовательности беседы. Диапазон всего интервью включает 1300 давлений разного рода. Со стороны «Зеркала» насчитывается 86 проявлений, из них лишь 45 прямых, выражающихся в постановке вопроса, почти одна треть дана в форме острот или риторических «телег», или возражений.

Речь шла о любимом «провоцирующем ораторском искусстве в чистом виде».

Кстати, такую *провоцирующую* риторикой очень часто применяют политики.

Другой пример можно взять из истории. Сэр Уинстон Спенсер Черчилль начал свою политическую карьеру в 1900 году, став членом палаты общин.

Вступив в должность, Черчилль с самого начала определил для себя: «Все – черви, я – светлячок!»

А в 1937 году журналист спросил его, начнется ли война. «Нет», – ответил гений, – пока г-н Шинвел был министром угольной промышленности, в стране не было угля. Сейчас он министр обороны!..»

### **3-й элемент стратегии. Старайтесь (иногда) проследить соответствие невербального поведения с речью**

Позвольте себе хоть раз проявить эмоции, сопроводите высказывания собеседника преувеличенной (дозированной) реакцией жестов или невербальными сигналами (пропустите воздух сквозь зубы, или тихо присвистните от удивления).

Во время дискуссии или напряженной работы конференции редко кто избегает долгих и нудных разговоров ни о чем. Поскольку собеседники длительное время напрягают нервы, такие разговоры часто не приносят ожидаемого результата.

### **4-й элемент стратегии. Согласитесь тогда, когда такой реакции никто не ожидает**

Смутите собеседника использованием противоположной ожиданию реакцией, примените так сказать «контрастный душ» или классический пример Инь – Янь. Если от вас ждут одобрения – не согласитесь, надеются получить отказ – удивите.

Всем известный пример – заседание в федеральном парламенте (ФРГ), когда произошла такая сцена.

Женщина-депутат бросила следующую реплику:

*«Если бы вы были моим мужем, я бы подсыпала вам яду!»*

Ответ:

*«Любезнейшая, если бы вы были моей женой, я бы сам отравился!»*

Укор:

*«Вы всегда рассказываете лишь полправды!»*

Ответ 1:

*«Именно так, но только нужную половину!»*

Ответ 2:

*«Именно так, всей правды вы бы не вынесли!»*

Если *провоцирующему* оратору нужно, чтобы согласие противоположной стороны остроумно и неожиданно приняло другой поворот, он найдет способ.

Принцип прост: за основу берется смысл высказывания, подтверждается, и содержание меняется.

Следующий пример.

Заседание правления. Выступает новый председатель:

*«... необходимая решительность и намерение, чтобы из всех сил противостоять вызову непобедимого рынка».*

Ответ сотрудника:

*«Могу лишь поддержать: необходимая решительность все-таки лучше решительной необходимости ваших предшественников!»*

Или вот что звучало с трибуны во время дискуссии об альтернативных источниках энергии. Представитель одной из теорий резюмировал:

*«... выход ядерной энергии в короткий срок возможен и действительно необходим. Мы придерживаемся мнения, что около трети энергии сегодня можно сэкономить еще до 2000 года. Причем 40 % использованной электроэнергии сегодня...»*

Часть вторая. Новые образования 101

Реплика:

*«...можно извлечь из розетки, или как?»*

Циники всех стран, объединяйтесь!

### **5-й элемент стратегии. Позвольте себе относиться с юмором к внешности других (и к своей собственной)**

Этот запрет, к сожалению, никто не отменял. Жаль, но влияющее на коммуникацию внешнее восприятие является неотъемлемой частью действительности. Чувствовали вы когда-либо «субъективное несоответствие» и навешивали ярлык, руководствуясь внешностью, бросающейся в глаза? Нельзя сразу рубить с плеча, достаточно обойтись предупредительной улыбкой.

Грубости соответствующим образом характеризуют человека их говорящего. Результат подобной манеры поведения – разговор Карла Долла и актера:

*«Карл, ты выглядишь так... что мог бы стать идеальной рекламой генных исследований!»*

Долу не удалось удержать во рту приличный глоток пива – такова была реакция, компенсирующая шок.

Другой пример грубой манеры обращения. Во время дебатов представителей различных хозяйств одного из них неосмотрительные собеседники вывели из терпения. Неожиданно для публики он вдруг взорвался:

*«Итак, вы – борцы за природу. Это бросается в глаза и подчеркивается вами постоянно. Удивительно (взгляд на человека сверху вниз)... судя по всему, вас не беспокоит то, что природа с вами сделала!»*

Следующий пример будет лучше. Беседа в уютном кругу редакторов местной газеты, тема калорий, лечения от тучности и диеты. Один из сотрудников косится на свой живот:

«Да, пожалуй, нужно себя спросить, хочу ли я о-духотвориться или во-плотить-ся», что вызвало спонтанный ответ:

*«Ах, знаешь что, у моего живота есть преимущество, ноги даже в душе не намокают».*

Люди засмеялись... и ирония приняла объективный характер, не выглядит как нападки.

### **6-й элемент стратегии. К провокации нужен драматургический подход**

Шедевр провокации отпустил однажды политик FDP (Радикально-демократической партии Швейцарии) Юрген Моллеман. Он знаменит своими крылатыми фразами, например «Пути из неоткуда».

Это происходило в одном из «летних мест» Бонна, в то время местным СМИ опять было не о чем писать: была пора ежегодной летней паузы, пора отпусков.

В то время везде, даже в здании парламента Юргена, можно было увидеть с книгой известного и признанного, но в то же время, непонятого профессора и доктора наук Теодора Блисхаймера, получившего, как известно, ученую степень Карла Поппера. Блисхаймер исследовал Каир нашего времени и обнародовал результаты практической работы в печатном виде, в труде «Пути из ниоткуда».

Где бы Моллеман ни сидел или ни стоял, книга в несколько сантиметров толщиной была его постоянным спутником. Нередко пресса удивляла его бездействием, тогда он старался углубиться в научные труды, касающиеся того или иного вопроса.

Ни одна речь Моллемана не обходилась без цитат, либо он заканчивает выступление всемирно известным изречением Блисхаймера, либо использует мудрые высказывания для кульминации. На университетской конференции многочисленные профессора поблагодарили своего коллегу Блисхаймера за его новаторскую работу «Пути из ниоткуда».

В программе на радио Моллеман столкнулся с депутатом Партии зеленых Витцелем. Стоило лишь Моллеману сослаться на труды «Блисхаймера, известного ученика Поппера» и противостояние министру сразу прекратилось. Ветцель, начальник комитета образования и науки уважал Блисхаймера как объективного аналитика экономического положения Германии. На вопрос, читал ли он Блисхаймера, Ветцель ответил, что еще не успел насладиться его работой в оригинале, хотя знаком с кратким содержанием, освещенным в прессе.

Так же ответил бы советник канцлера Акерманн, да и другие авторитетные и не очень значительные люди науки, экономики, политики.

Должно было бы насторожить, что Блисхаймер (цитирую Моллемана), «получивший ученую степень Поппера, имел успех как натурщик и пианист в кафе».

Моллеман выдумал Блисхаймера, даже внес изменения в справочник по университетским лекциям в г. Мюнстере.

Провокация готова.

А что Моллеман? Он сказал: «Никто даже не признается, что он не знает так называемую известную личность».

Шикарный пример грандиозной, инсценированной провокации: задействованные СМИ, а также обсуждавшие эту тему с Моллеманом собеседники великолепно сыграли свою роль.

Когда реальное положение стало достоянием общественности, пресса смеялась от души.

В таких вещах следует быть осторожным и придерживаться следующего правила:

«Свидетельство министерства науки еще не доказательство, что это действительно правда!»

Лучше проверить. По-китайски под такими свидетельствами подписывают «Wu Wei» – умышленная непреднамеренность.

## **Риторические парадоксы – камень преткновения аргументации или границы языковых способностей?**

В общении риторически провокационное парадоксальное сообщение приводит, так сказать, к кризису мысли слушателя, что является следствием противоречивости. От собеседника требуется умение принципиально не замечать такие противоречия. Хорошо бы обладать способностями двуликого Януса, который допускает одновременно два взаимоисключающих друг друга изречения и способен даже связать их гармонично.

При этом провоцирующий парадокс со всем многообразием его форм – противоречие, за которым прежде всего стоят в целом рациональные, доступные пониманию и очевидные предпосылки.

Логическая нелепость или нелогичная видимость напугают неожиданностью. Пример подобной ликвидации действительности можно объяснить одновременным использованием «ни... ни», «не только... но и», «как... так и». Причем собеседник сам не уверен, что выстроенная им линия аргументов не закончится парадоксом. Будем честны с собой: необдуманно заранее ряд аргументов может легко оказаться нелогичным.

Ораторское искусство заключается еще и в способности учесть все нюансы, как в вербальном, так и невербальном общении.

Отправитель и получатель, оратор и слушатель снова и снова сталкиваются с необходимостью упорядочить мир мыслей, пытаются установить причинно-следственные связи и в то же время избежать замкнутого круга.

Уже в 4 веке до н. э. Аристотель сформулировал мораль, на мой взгляд, соотносимую в нашем мире с парадоксом: «Уровень образованности зависит от степени точности. Природа вещей допускает искать ее не там, где все только приблизительно».

Закономерность языка нарушается парадоксальными вкраплениями в речевой порядок, что говорит о хаотичности нашей коммуникации.

Какое место в жизни занимает провокационно риторический парадокс, насколько оправданно мы применяем подобные высказывания на практике, и – что еще важнее – откуда берет начало парадоксальная коммуникация, и как к ней относиться, эмоционально или рационально?

Самая простая и предсказуемая форма – ложное заключение, к которому приводит простая логическая ошибка. Наряду с этим существуют противоречие, тавтология, предположение и категория оскорблений.

В обычном случае парадокс – ни что иное, как подмена взглядов или мыслей, речевая ошибка нашей умственной системы.

Например:

**Только слепой видит Бога.**

«Слепой» понимается как ушедший за пределы видимости, одновременно представлена позиция видения мира (трансцендентность). Ошибочно принимать парадоксальное высказывание за действительность. В данном случае мы понимаем, что слепой видеть не может, а значит «видеть» не употребляется в прямом значении слова «окинуть взглядом/воспринимать с помощью глаз».

Подобный парадокс фигурировал в немецком телесериале «Заговорщик».



Судья вынужден закрыть дело из-за отсутствия доказательств, но с командой единомышленников, «заговорщиков», он продолжает попытки раскрыть преступление.

### **«Правосудие слепо, но может видеть в темноте».**

Для присутствующих в зале суда смысл данного высказывания остается загадкой. Они знают о двойной жизни судей, но что именно имеется в виду, им непонятно.

Формально существует несколько видов логических парадоксов:

1. Семантический парадокс.
2. Логическая антиномия.
3. Теория множеств.
4. Рекурсивный парадокс (наталкивающий на определенный ход мыслей).
5. Парадокс восприятия.
6. Парадокс опыта.

Из семантики к ним относятся:

7. Общее противоречие.
8. Тавтология.
9. Нарушение в результате предположения.
10. Категории нарушения.

### **1. Семантический парадокс**

Под семантическими парадоксами подразумеваются высказывания, в которых дается не истина в чистом виде, а лишь видимость правды.

Примеры.

*Это высказывание неверно.*

*Бредемайер, немец, говорит, что все немцы врут (кстати, еще один вариант известного ложного парадокса).*

Из этих простых и всем понятных парадоксальных высказываний видно, что в естественной языковой плоскости нет четких признаков, по которым сказанное причисляется к достоверным фактам или признается фальсификацией, или, проще говоря, признаков, помогающих четко определить, правдиво ли высказывание или ложно.

Чтобы высказывание «Бредемайер...» превратилось в полноценный необъяснимый парадокс, нужно считать лгуном человека, который постоянно обманывает. Таким образом, высказывание делится на два ключевых утверждения: «Бредемайер: Я лгу!» или «Это предложение ошибочно». При пересмотре второго утверждения мы сталкиваемся с определением границ истины.

Тогда, если фраза «Это предложение ошибочно»

– правда, предложение – действительно ложь. Но только предложение и ничего более!

Итак, двойное высказывание приводит к тому, что мы воспринимаем его как абсурд. Если предложение

– правда, значит оно неверно и не может быть правдой. Если предложение ложно, значит предлагаемая информация – правда и логически не может быть ошибочной. Все понятно!?

Ложь и действительность прорастают друг в друга. Процесс этого переплетения порождает в нашем мозгу некоторую смесь хаоса и порядка, и каждый из них стремится к

преобладанию.

Если заполнить компьютер такими итерактивными парадоксами, машина погрязнет в шлейфе неразрешимых рассуждений, и, в конце концов, зависнет.

Человека же подобные мыслительные потоки ведут к творческому пониманию и даже озарению. Не зря в буддизме приведенные в качестве примера парадоксы указывают познанию путь вечной мудрости.

Предложения, смысл которых трактуется как абсолютная правда или ложь, как верно и неверно, должны быть запрещены.

Изучая такие предложения, Гёдель сформулировал определение «теорема неполноты», когда в высказывании нельзя уловить содержание.

Некоторые физики и математики полагают, что даже в хаотичных системах можно найти нечто похожее, так называемые «информационные дыры». Как объясняет Грегори Чайтин (научно-исследовательский центр IBM в Йорктаун-Хайтс, Нью Йорк), итерактивный парадокс это так называемое всеобъемлющее пространство в центре нашей логики, потенциальный хаос информации и информационных пробелов, определяющий наш образ мыслей и сам процесс обдумывания. Исследования подтвердили, что около 95 % наших знаний получено в результате чтения или услышано, или взято из опыта других.

Любителям фраз двойного значения и других языковых тонкостей, прежде всего провоцирующим ораторам, относительная неопределенность наших повседневных высказываний дает неисчерпаемый потенциал для создания новых парадоксов.

Все зависит от мастерства, от того, как искусно человек может использовать многозначность сказанного, прочитав между строк. Как специалист в данной области, ручаюсь, этому можно научиться. Опасность возникает тогда, когда слушатель оказывается на границе своего интеллектуального развития – он попытается скрыть свой недостаток знаний в данном вопросе и предотвратить коммуникационное нарушение.

Провоцирующий оратор, наоборот, с удовольствием нарушает данные границы, но лишь единожды, затем тоже отступает, так как прекращение коммуникации не является его целью.

## 2. Логическая антиномия

Антиномия – это противоречие, заключающееся в самой фразе, либо в следующем или предыдущем утверждении.

Так что же значит «логическое противоречие»?

К обычным категориям восприятия действительности относят противоположности – «правду» и «ложь», хотя существуют высказывания по так называемой теории «урывочной правды», в основе которой лежит многозначность, что ставит под вопрос простую схему правда/неправда.

Пример.

*Не каждый намокший под проливным дождем стоял под ним.*

Логически помыслив, вы придете к заключению, что предложение противоречиво. Слова «намокший под дождем» означают, что человек промок, попав именно под дождь. Но есть еще и второе значение: «попасть под проливной дождь» означает безвыходную ситуацию, беспомощность. Неважно, будешь идти, бежать или стоять, – все равно промокнешь.

Примером другого противоречия являются так называемые **запрещающие послания**, которые мы постоянно слышим и результатам которых не перестаем удивляться.

Пример.

*«Не думайте о синем цвете!»*

Что? Не получается? Ничего. Я удивляюсь. Наш мозг способен принимать и классифицировать только команды позитивного образца. Чтобы я не думал о синем цвете, мне нужно сначала вызвать в памяти синий цвет, чтобы на нем сконцентрироваться, затем прогнать эти ощущения и не думать о синем цвете.

Сложно? Нет, нужно только воскресить в памяти то, о чем мы потом можем не думать.

А в повседневной жизни, раздавая запрещающие послания направо и налево, мы продолжаем удивляться результатам («Ребенок, не схватись за горячую плитку!»).

Парадокс этих милых посланий заключается в том, что провоцирующие ораторы могут сознательно фокусировать внимание собеседника такого рода предостережениями.

Кстати, на телевидении каждый вечер представители власти твердят, что не несут ответственности за горы мусора, за выпускаемые ядовитые газы в окружающую среду (замечательная игра слов!), и так далее. Неудивительно, что у зрителя складывается своя собственная картина происходящего, и часто она отличается от той, которую хотят нарисовать говорящие.

### **3. Теория множества**

Является ли множество всех множеств элементом множества? Следует ли исключать парадоксы благодаря вероятности, или, может, благодаря ей они существуют?

Так установлено, что каждая формальная система, спроецированная на другую систему, в конце концов погрязает в противоречиях. Возьмем людей: итак, обнаружили, что человек не способен постичь своего существования, иначе не было бы различий во взглядах множества философских и религиозных течений. Если человек не способен постичь самого себя, как тогда его мозг (как его сущность) должен понять себя?

Из практики оратора.

Предположим, в маленьком городке приезжий парикмахер бреет всех мужчин, которые не могут это делать сами. Итак, он бреет только мужскую половину жителей городка, которые не бреются сами, кроме того, всех других мужчин, кто когда-либо случайно побрился у него. Все-таки он не следовал своему правилу брить лишь тех, кто не может сделать это сам. Да и сам не брился, бедняга, иначе ему пришлось бы перешагнуть через свое утверждение или отказаться от него: ведь ему можно брить только тех, кто не может бриться сам, что он и делал.

Другой пример.

Ховард-де-Лонг в своем труде «Профиль математической логики» показывает вербальное коварство и несостоятельность логической аргументации на практике, приведя пример вымышленного процесса в суде.

*Протагор берет на себя обязательство объяснить Эуатлусу сущность ораторского искусства и помочь стать адвокатом.*

*Эуатлус оплачивает заранее лишь половину стоимости обучения. Вторую половину, как отмечено в договоре, ученик должен заплатить, выиграв свой первый процесс.*

*Данный факт вызывает желание действовать.*

*Протагор, одинаково заботившийся как о репутации, так и о деньгах, решает предъявить иск своему ученику. Перед судом он аргументирует свой шаг таким образом:*

*«Эуатлус утверждает, что не должен платить, это абсурдно. Допустим, он выиграет. Но ведь это его дебют в суде, он должен заплатить, так как выиграет в суде первое дело.*

*Если он проиграет, ему тем более придется заплатить, так как суд присудит ему*

*штраф.*

*Выиграет он или проиграет, ему все равно придется платить».*

*Ученик отвечает учителю своим оружием, приведением парадоксальных доводов:*

*«Протагор считает, что я должен платить, но это действительно абсурдно. Допустим, он выиграет. Тогда у меня не будет ни одного выигранного дела, согласно договору, я не должен платить.*

*Если вдруг он проигрывает, в соответствии с решением суда я ничего не выплачиваю.*

*Так или иначе, я не должен платить».*

Теоретически получается неразрешимый парадокс. Ведь если ученик проиграет дело, он не должен выплачивать оставшуюся половину стоимости обучения, в случае выигрыша ему не придется платить по результатам суда.

Кто считает, что из этого парадоксального круговорота нет выхода, тот ошибается.

Используя некоторые уловки, апелляции в местный суд, данные парадоксальные противоречия можно попытаться разрешить еще раз: вместо того чтобы думать, прав Протагор или ученик, суд может дать право ученику провести свой первый процесс.

И вот ученик на коне, он может сказать: «Ведь это мой первый процесс» – и мы снова окажемся в пучине парадокса!

На моих диалектических семинарах мы возвращались к этому случаю снова и снова, большинству участников было трудно подобрать убедительный аргумент для ликвидации этого словесного хаоса.

Кому все-таки удавалось найти парадоксальный аргумент – побеждал, другому приходилось соглашаться, и неважно, отстаивал он позицию Протагора или Эуатлуса. Проигрывают те, кто попадает под влияние аргументации противника.

Возможно победное выступление сомнительно и несостоятельно, но победитель рассчитывает на него в любом случае.

Попытайтесь перенести такую парадоксальную стратегию на случай из вашей практики. Вы удивитесь.

Кстати, в очередном повторении эта ситуация разрешилась довольно быстро. Один из участников уселся на стул, ухмыльнулся противостоящей стороне и, наконец, сказал: «Как опытный юрист, скажу – дело простое, мне не нужно платить. Только вот интересно, сможете ли вы излагать свои ошибочные аргументы дольше минуты...» Оппозиция сдалась через 45 секунд.

Самоуверенность противника уничтожила его психологически.

На практике существование множества противоречий нередко оказывается subtilным (не существенным, слишком тонким), например, при рассмотрении в федеральном конституционном суде (ФРГ) жалобы о вторжении СМИ в частную жизнь экспертом был бывший министр обороны профессор, доктор наук Руперт Шольц. Он отстаивал монополию единственного организатора Кирха среди конкурирующих СМИ.

Шольц использовал простой аргумент: монополия свидетельствует о невозможности существования конкуренции, разграничения вводятся обладателем монополии, среди множества частных групп (представителей Кирха) выделяются отдельные категории, например радиостанция Кирха.

Можно сказать, возник разрешимый парадокс.

Предпосылка – юридически допустимая уловка заключается в следующем: монополия не может конкурировать сама с собой, чего не объяснил господин профессор (или просто проигнорировал!).

Парадоксальная отдача оказывается решающей.

#### **4. Рекурсивный парадокс**

Удачный пример провоцирующего парадокса, наталкивающего на определенный ход мыслей, предлагает так называемая модель коммуникации «double bind» (двойная связь).

Пример.

*Будь спонтанным!*

Четко видно – сообщение противоречит само себе. Нельзя быть намеренно спонтанным, предложение быть спонтанным автоматически исключает какую-либо спонтанность, действия становятся обдуманными.

Если изучить и проанализировать наш ежедневный процесс общения с коллегами или членами семьи, обнаружится множество таких посланий.

Существенное открытие наталкивающего парадокса заключается в том, что, по правилам обратной связи, исходя из субъективной цели, формируется Я-послание.

В сокращенном варианте приведем несколько примеров на одну тему:

*1. Я правильно понимаю: тебе было довольно неприятно, когда я захотел тебя обнять?*

*2. У меня сложилось впечатление, что я тебе что-то сделал, чего бы мне ни в коем случае не хотелось, хотя ты никак не реагируешь на мое внимание.*

*3. Мне хотелось бы и дальше тебя обнимать, я люблю тебя обнимать. Ты не против?*

## **5. Парадокс восприятия**

Парадокс восприятия возникает чаще всего в результате визуальных раздражителей: например мы видим лестницу, нарисованную недостаточно четко. Вот она ведет сверху вниз, поднимается снова вверх, затем уходит вниз и, в конце концов, опять вверх, где, разумеется, спускается снова вниз. Хотя подъемы и спуски четко выявлены, наблюдатель данного механизма не знает, где лестница начинается и куда ведет ее последняя ступень. Попадаешь в замкнутый круг.

## **6. Парадокс опыта**

К парадоксам опыта относятся все те противоречия, которые в течение человеческого существования можно «испытать».

Итак, парадоксы жизненного опыта связаны с человеческим существованием. Фундаментальный опыт заключается в том, что индивидуальная свобода – как мы привыкли ее определять – заключена в определенное социальное окружение, возможна лишь при параллельном ограничении, наличии социальных рамок. Существовая в обществе, невозможно индивидуально реализовываться, расти, так как рано или поздно человек наталкивается на границы другого представителя его среды, тем самым ущемляя индивидуальную свободу другого.

## **7. Общее противоречие**

Оно может заключаться в неправильном использовании сравнительной степени.

Пример.

*Герберт зарабатывает больше, чем он зарабатывает.*

Подобные утверждения возникают, когда в предложении употребляются слова, противоречащие друг другу по смыслу.

*Говорящие погрузились в молчание.*

Слово «говорящие» отрицает «молчание».

*В пустой фляжке оставалось еще немного воды.*

«Пустой», разумеется, исключает «оставалось».

Противоречия такого рода неприемлемы для внимательного слушателя. Сразу возникает вопрос: или... или.

Фактические высказывания и утверждения должны исключать альтернативу, а именно встречные понятия.

Исправить приведенные выше предложения не составляет особого труда:

*За работу Герберту платят щедро.*

*Разговор достиг той фазы, когда его участники, погружившись в раздумье, замолчали.*

*Во фляжке оставался лишь глоток воды.*

## 8. Тавтология

Тавтологией называют высказывания, по сути, не содержащие противоречия, но тем не менее проявляющие его.

*Или жив человек еще, или он уже умер.*

Возможно лишь одно, поэтому данное высказывание не несет в себе смысла. Должна быть констатация факта без всяких возражений.

Что скажет вам следующее предложение:

*Бедный человек слеп, и видеть он не может тоже?!*

Информация приобретает для нас дополнительное значение лишь тогда, когда мы обнаруживаем отсутствие альтернативы.

## 9. Нарушение в результате предположения

Речь идет о недопустимых приписываниях, точнее недопустимых условиях, сопровождающих высказывание.

*Во время своего путешествия по африканской саванне каннибал так и не получил ни одного факса.*

Картина противоестественна, он вообще не мог получить факс. Разумеется, данное высказывание – глупо, во времена каннибалов факс еще не изобрели.

Существует два варианта исправления этого предложения: найти контекст, проясняющий ситуацию, либо опровергнуть предположение.

## 10. Категории нарушения

Приходилось ли вам слышать, как учитель говорит о своих учениках:

*«Мой 5В опять сбежал с уроков».*

Ничего необычного для учителей. Хотя абстрактно «класс» не может куда-либо убежать.

Приготовьтесь, далее приводятся различные виды нарушений.

Интерес представляет парадокс, возникающий на практике неожиданно, когда невозможно проследить логику его возникновения, а смысл высказывания полностью противоречит предыдущей информации. Интересно, когда обдуманно, но чаще необдуманно парадокс пытаются аргументировать, как, например, шеф в разговоре с сотрудником или супруг в разговоре с доверительным лицом после ссоры с супругой.

Некоторые примеры провокационно риторических парадоксов и бессмысленных противоречий:

*«Когда, наконец, генеральный секретарь Федеральной партии Германии покинет ряды партии Социал-демократов!»*

*«Фридрих женился на своей жене».*

*Спасибо, Господи! Я атеист.*

*Участковый судья (ФРГ) из дома потомственных юристов.*

*«Ну, мучай же меня!», – умоляет мазохист. «Нет!», – отвечает садист. «Спасибо», – говорит первый.*

*Будьте так добры, скажите, здесь ли я нахожусь?*

*На самом деле у Мюллера началась горячка? Нет, он притворяется, а вот у меня она действительно есть.*

*Министр финансов просит милостыню.*

*Я не признаю, что украл часы.*

*Современная теория управления заключается в том, чтобы управлять по старинке.*

*Даю гарантию – достоверных фактов нет.*

*Пожалуйста, сообщите сразу, если не получите мое письмо.*

*Шеф, что вы думаете об астрологии? – Ничего, я ведь скорпион.*

*В руководстве подчинёнными разрешено существование лишь одной догмы (положения): о том, что никаких догм быть не должно.*

*Сложившаяся ситуация учит нас тому, что мы не можем ничему научиться на ее примере.*

*Маркетинговое планирование длится дольше, чем могли думать, особенно если учитывать все.*

*Риторика – это неправомерное использование языка, который специально для этой цели придумали и используют.*

*Он проехал красный свет!*

*Принципы предпринимательства, существование которых под вопросом, возможно, неправильные.*

*При жизни учредитель предприятия воздержался от достижений.*

*Почему пищеварительный орган «желудок» сам не переваривает?*

*Дорогой Курт, если мое сообщение на автоответчике до тебя не дойдет, обязательно сообщи мне.*

*Как только блоха забралась к нему в ухо, слон сразу и выскочил.*

*Излишество – самая необходимая вещь.*

*Когда дело касается оценки сотрудников, параметры предприятия – переменная константа.*

*Никогда бы не работал на таком предприятии, где зачисляют таких, как я.*

*Иммунная система запрограммирована на неожиданное.*

*Фантазия некоторых маркетологов на деле оказывается богаче, чем они могли бы себе представить.*

*Принцип предпринимателя, дающего уценку на товар: «Сэкономь: стоит столько, сколько хочешь».*

*Чем отличается отсутствие терпимости от нетерпимости?*

*Каждый может приходить, когда он хочет. Главное – пунктуальность.*

*Окружающий мир вокруг нас, хотя мы давно уже сами его окружили.*

*Какие выводы можно сделать из нашего повседневного общения?*

• **Обобщения** недопустимы (если возможно). Многие парадоксы возникают произвольно, из-за риска допустить собеседника к разбору деталей.

• **Мы склонны ошибаться (что, разумеется, не признается).** Доказуемость – еще не гарантия логичности или обобщения. Убеждения не являются доказательством, признание – лишь субъективная аргументация, абсолютизация авторитета вашего личного отношения и точки зрения.

• **Речь** сама по себе неоднозначна и в довершение ко всему ориентирована на мыслительный аппарат, настроенный на домашний обиход (а где мы не дома?). Возникают ошибки, указания на ошибки, ошибочная трактовка и... парадоксы. Поэтому каждый может говорить то, что хочет, главное, говорить правильно.

• В принципе, **уточнение** необходимо для всех определений, понятий, представлений для каждого образа мысли, хотя не все идеи или мысли могут пройти такую точную подготовку. Прежде всего, когда речь идет о победе в дискуссии. Итак, уточнение необходимо для точности.

• Запомните: привычка думать обычно не является необходимостью, даже если мы считаем, что так должно быть. Отказ также включен в разговорную конфигурацию. Заблуждение, тупик, логическое противоречие, парадокс и нарушенный ход мысли являются неотъемлемой частью мира, идущего по пути прогресса. Поэтому и единичные успехи некоторых обеспечивают прогресс общества в целом.

Если машина перестает работать, специалисту не составит особого труда ее починить. Нарушается повторяемость звеньев цепи воздействия и причины. Процесс должен устанавливаться заново.

А если процесс коммуникации не функционирует? Как с помощью парадокса устранить сложившуюся дисфункцию?

Остается последнее средство, чтобы выйти из сложившегося спора победителем. А именно: как только в диалоге начинается противостояние, нужно заканчивать разговор согласием.

По законам микробиологии, в конкуренции побеждает сильнейший, в то же время большое значение имеет кооперация. Нередки случаи, когда слабые организмы выживают благодаря кооперативному сосуществованию (симбиозу), тогда как другие, внешне довольно сильные, – оказываются за порогом развития.

Итак, соблюдайте границы окружающих!

### **Острословие: для одних – радость, для других – огорчение**

Иногда довольно неприятно слушать, как люди бросаются словами, например:

*«Вот, теперь судья уснул, а ведь должен был свистеть!»*

*«С чего вдруг?»*

*«Положение вне игры, № 7 – вне игры!»*

*«Нет!»*

*«Как это нет?! Было действительно вне игры!»*

*«Да не может быть, иначе судья засвистел бы!»*

Или сцена в Бундестаге:

*«Если бы вы были моим мужем, – так прервали речь депутата, – я бы вас отравила!»*

*Его ответ: «Были бы вы моей женой, я бы сам отравился!»*

Однажды после очередного заседания парламента сэра Дэнис Хейли, бывший британский министр обороны, так высказался в адрес своего старого и верного противника:

*«Это человек, которому только покажи ремень – и он сразу метит ударить ниже пояса».*

Такова специфика полемики и рапира острословия, чьей остроты и изящества особенно остерегаются противники.

Некоторые фразы Хейли перешли в разряд крылатых, таково, например, оброненное высказывание в адрес тогдашнего министра иностранных дел по поводу выступления последнего на заседании парламента:



*«Как будто на него напал мертвый баран».*

Разумеется, острословие может быть и спасительным. Однажды французский драматург Александре Дюмас Пере, был вызван на дуэль.

И вот (дело чести), с тяжелым сердцем и думой о расставании с жизнью герой выбирает русскую дуэль.

Удача отвернулась от него: выпадает пуля, он должен стрелять в себя сам.

Глубоко подавленный, он прощается с семьей и друзьями, завершает последние дела и скрывается с заряженным пистолетом за дверь своей комнаты.

Минуты две спустя раздается выстрел. Среди присутствующих есть врач, он и направляется в комнату, чтобы констатировать смерть. Дверь открывается, все видят стоящего Дюмаса, который произносит:

*«Дорогие друзья, вы не поверите, но я действительно промахнулся!»*

Хотя мы стараемся избегать подобных акций и событий, нам известны все разговорные ситуации, в которых можно разозлиться, в том числе и на то, что мы вербально неправильноотреагировали на создавшуюся обстановку.

Почему-то на ум не пришло ничего подходящего, и лишь спустя время ловкий ответ возник сам собой, но момент уже упущен.

Честно сказать, это замкнутый круг:

С одной стороны – давление времени, мы должны реагировать мгновенно. Даже пары секунд на обдумывание нет.

С другой стороны, те, кому мы хотим ловко ответить, – заранее спланировали речь, реплику или провоцирующую мысль. У нас нет возможности ответить с должной ловкостью сразу.

И еще: существует реакция соучастников или публики.

С одной стороны, над репликой смеются. Чем саркастичнее и провоцирующе, чем смешнее и более subtilно, тем лучше.

С другой стороны, напряженно следят за «жертвой»: какова будет реакция (и будет ли вообще)?

А наша реакция?

- Хочется провалиться под пол. Не получается.
- Отреагируешь банально, засмеют.
- Замешкаешься в поисках острого ответа, создается неловкое впечатление.
- Сделать вид, что не услышал оппонента, но как тогда справиться с внутренним напряжением?
- И что теперь?

Во многих телевизионных передачах, а также на ораторских или диалектических семинарах, обсуждаемой темой бывает острословие, которое часто подменяется понятиями «шутка» или «смекалка».

Отстаиваемое мною мнение (теология) заключается в том, что большинство участников ждут божественного просветления, вместо того чтобы думать самим... и ждут... и ждут... и ждут...

Возможно, многие уже не раз задумывались, что же происходит внутри нас:

- Раздражает неожиданность сказанного, в результате чего мы теряем ход мысли.
- Мы принимаем замечание или реплику, коротко обдумываем его/ее и реагируем не вербально, например, краснеем, глотаем воздух, внезапно ощущаем сухость в горле, иногда даже заикаемся.
- Хотим сказать что-то... но чувствуем зияющую пустоту внутри нас.
- Внутренний голос требует: «Ну, давай, скажи что-нибудь!»
- Сознательно мы обрабатываем ожидаемое отношение публики.

- Мы как бы слышим: «Ничего необычного, растяпа!»
- Есть и другой вариант – красноречие.

Существуют ситуации, в которых мы сами провоцируем реплику или произносим язвительное и уместное замечание в разговоре.

Каково было мое удивление, когда ни в одном учебнике риторики я не нашел более или менее исчерпывающих комментариев к данному понятию, отсюда следует, что острословию нельзя научиться.

Но это неправильно! Мне пришлось в голову обратиться к словарям. В энциклопедическом словаре его не оказалось. А вот что говорит Дудэн: «Острословие – это приобретенная способность реагировать на ситуацию подобающим образом».

Чтобы уметь реагировать, нужно держать в голове последовательность определенных приемов или отработанный метод, поскольку

***острословие – это полет мысли, а не языка.***

Нам нужен, прежде всего, простой образец поведения, помощь, благодаря чему мы спокойно сможем достойно выйти из любой ситуации.

Давайте в качестве примера возьмем следующие возможные ситуации:

- Конференции, на которых очень шумно и не особо обращают внимание на то, что в разгаре боя может прийти на ум другим.
- Доклады и презентации, где лишь некоторые присутствующие могут отреагировать на услышанное с иронией или провокационным замечанием.
- Ток-шоу или интервью, где собеседники выступают для публики.
- Диалог, во время которого его участник бросает цветок в голову оппонента, причем вместе с цветочным горшком.
- Другие повседневные ситуации, в которых люди общаются друг с другом.

Встречаются люди, восхищающиеся способностью не молчать в подобной запутанной ситуации. Те, кому обязательно что-нибудь придет в голову.

И снова образуется замкнутый круг:

- Одним хорошо, потому что они могут ответить.
- Остальные же, оказавшись в ситуации, где их остроумие ставится под вопрос, оказываются во власти воспоминаний. Они думают о том, что практически всегда не могли достойно отреагировать на произнесенный в их адрес выпад... и, по велению судьбы, они и в этот раз не в состоянии ничего ответить.

Прежде всего, острословие – это метод, знание действий и образцов поведения и разрывание описанных выше замкнутых кругов.

Насколько мне известно, способность реагировать зависит от внутреннего спокойствия, умения обойти реплики и ответить на острое замечание.

Чем скорее мы избавимся от внутреннего давления, которое мы, кстати, сами на себя налагаем, тем быстрее мы научимся *спонтанно реагировать*.

Если в голове возникает образец поведения, нужно постараться его забыть, дабы подобное возникло в воображении самостоятельно.

Возможно, то или другое высказывание окажется неудачным из-за нарушения границ уместности или бойкий ответ будет не совсем правильным. И что?

*Пожалуйста, поразмыслите вот над чем:*

Относительно спонтанная шутка и острый ответ в разговоре зависят от того, насколько разными могут быть публика, ситуационное оформление, варьируемая широта вербальных реплик, собственная ежедневная форма, острословие собеседника, крепость нервов или страх получить отказ, обоснованность аргументов и душевная мобильность, наряду с гибкостью

интеллекта – незапатентованный рецепт.

Исходя из вышеперечисленных критериев, считаю необходимым четко разграничить ситуационные действия и образцы поведения, объяснить, как возникает острословие и какие черты лежат в его основе.

И еще одно важное правило:

Не обязательно нужно пытаться найти лучший ответ, чтобы отличиться острословием. Иногда есть возможность просто прореагировать на парадокс, что и покажут нижеследующие примеры.

***Будьте предупредительны:***

**Одного острословия не достаточно, нужно еще уметь посмеяться как над другими, так и над собой.**

*Однажды редакция газеты отправила молодого фотографа сделать актуальный снимок философа по фамилии Молодой, которому исполнялось 100 лет.*

*Перед уходом репортер попросил старика разрешение прийти на его 110-й день рождения, чтобы снова сделать фотографию.*

*Молодой окинул юного фоторепортера оценивающим взглядом и, наконец, сказал: «Да, я надеюсь, что вам хватит здоровья!»*

*Примечание.*

Как человек гибкого ума, на обдумывание достойной реплики Молодой потратил ровно столько времени, сколько осматривал собеседника оценивающим взглядом.

Подобную историю рассказывают и о Черчилле, который сказал следующее своему собеседнику-журналисту в канун 90-го дня рождения:

«Мой юный друг, поберегите себя следующие десять лет!»

### **Метод 1. Острословие посредством слов-ассоциаций**

Большинство своих гонораров ведущий развлекательной передачи Карл Долл получил благодаря использованию именно этого метода.

Вспомните известный американский телесериал «Даллас». Он назван так в честь тexasского города.

Используя в своих целях популярность фильма, Долл немного изменяет название и его передаче «Далл-Ас» известность обеспечена.

Герберт Вейнер особенно любит тонкую ассоциацию.

Нередко он переделывает фамилии, например телеведущего Люэга называет г-ном Люгом (что на нем. г-н Враль) и т. д.

Как-то депутат и член партии допустил подобное коверканье фамилии, на что Вейнер прореагировал упрёком: депутату бундестага (ФРГ) недопустимо говорить на таком низком разговорном уровне.

Пример

(возможно принадлежит Карлу Доллу).

А: «Мой пункт отправления – Саксония». Б: «Вы выглядите так устало, на попутках добирались?»

Другие примеры.

«Его фамилия Дубов – поэтому он ни о чем не знает!»

«Г-н Безруких, кажется вы сегодня Безголовых!»

«Г-н Костров, ваши пламенные речи по-настоящему воспламенили меня изнутри!»

*«Гора безработных больше горы чести!» – крикнули как-то бывшему министру Эренбергу. (с нем. дословно «ehre» – честь, «berg» – гора).*

*В бундестаге. Доктор Фогель доктору Гайслеру: «Все это скверное гайслерство, которое...»*

*«Г-н доктор Пеннер, после всех ваших выступлений у меня к вам еще одна просьба: Пеннер, проснись!» (с нем. «пеннер» – залежавшийся).*

*«Г-н Загребалов, разумеется, вы не упустите возможность загрести как можно больше денег. Или я неправ?!»*

*«Г-н Воробьев, кажется, вы будете следующим докладчиком, кто должен выступить с ответом на доклад доктора Орлова!»*

*«Г-н Фогель (с нем. птичка), вы действительно любитель пошутить! Но давайте отнесемся к вопросу серьезно: необходимо побеспокоиться о положении вашей партии. По результатам дискуссии, на данный момент у вас больше крыльев, нежели должно быть у птицы!»*

Часто нас очень мучают реплики, на которые необходимо лихорадочно искать достойный ответ.

Вице-президент Германии Макс Беккер 24 апреля 1958 года дал определение трем видам реплик:

«Первые – **разрывные**, наносят вред.

Вторые – дают **эффект бумеранга** и тоже вредят.

Третьи – это те, которые, как **уколы рапиры**, действительно прикалывают к месту».

Улыбнувшись, он добавил:

*«Все три вида не звучат в хоре, эффект ощутим лишь когда каждое высказывание используют отдельное»*

## **Метод 2. Острословие посредством изобразительных ассоциаций**

Под изобразительной ассоциацией подразумевается превращение устного высказывания в картинку, когда его содержание проходит перед глазами слушателя, так сказать, визуально.

Пример.

*А: «... и потому хочу отметить еще раз: речь – это серебро, молчание – золото!»*

*Б: «Как погляжу, гортань забита серебром».*

Пояснение.

Собеседник Б. перевел сказанное в картинку. Речь происходит посредством движения гортани, а что если там застрянет кусок серебра?

Слушатели не смогут сдержать смех: сказанное представляется буквально.

Подобный пример упрека имел место в парламенте, когда доктор Арндт адресовал доктору Кисенджеру такие слова:

*«... От этой ответственности вам не удастся откупиться, особенно сусальным золотом вашего ораторского таланта!»*

Ясно, что сусальное золото ассоциируется с сусальными речами, что буквально означает слащавость, сентиментальность.

*Пожалуйста, составьте свой пример.*

*А:*

Б:  
А:  
Б:

Другие примеры.

*«Грохот стоит из-за обувной индустрии, таково ремесло!»*

*«Человек находится в центре внимания – и все стоят у него на пути!»*

*«Поезжайте куда угодно – и таксисту скажите, что такие, как вы, нужны везде!»*

*«В нашей команде мы работаем рука об руку. Что не удастся одному, то другой сделать даже не пытается!»*

*«Вы неподкупны: еще ни разу не прислушались к голосу разума!»*

*«Вы так часто употребляете сочетание „двусторонняя связь“, что начинает закрадываться подозрение, не хотите ли вы употребить чего-нибудь покрепче?»*

*«Хотите быть скалой в прибое? Скорее вы масло на солнце!»*

*«Величие коллег практически стало легендарным, в то время как один из них спрашивал себя, стал ли он испытателем на боксерских состязаниях, другие называли его банзай-правителем!»*

*«Знаете, какое впечатление вы на меня оказываете? Как бутылка прокисшего молока: а именно, кислое!»*

Или вспомним еще один прекрасный пример. Доктор Отто Граф Ламбсдорф на праздновании по случаю 28-й годовщины Берлинской стены так поставил вопрос о будущем ГДР:

*«ГДР не сможет долго плавать, как и кусок льда долго не продержится в подогреваемой ванне!»*

Кстати, не спасает даже запрет на реплики из зала.

Что и произошло при обсуждении лицензионного порядка осуществления внешнеторговых операций в Бонне в мае 1994 года.

*«Позвольте вопрос из зала?» – спросили из публики.*

*«Нет», – ответил представитель промышленности.*

*«Хорошо, – продолжал оппонент, – придется ограничиться выкриками!»*

Следует учесть, что вопросы по вашему докладу будут возникать в любом случае.

Убедительный ответ: «Считаю, что возникающие вопросы разрешатся сами собой в ходе доклада!»

### **Метод 3. Острословие посредством техники нарушения слуха**

Существует простейший способ спустить нежелательную реплику на тормозах или снизить ее эффект. Оратор апеллирует к вежливости говорящего из зала: *«Простите, пожалуйста, что вы сказали?»*

Какой бы хорошей и смешной, вздорной и удачной ни была реплика, она теряет свою силу, стоит только говорящему повторить ее.

Что и успокаивает 99 % смельчаков, стоит только вежливо попросить.

При этом спонтанность и комичность ситуации утрачивают свою силу, в большинстве случаев голос говорящего изменяет интонацию и звучит тише. Так само замечание выпадает из контекста.

Если ситуация позволяет, можно даже перейти в наступление.

Как только зритель повторил реплику, спросите его еще раз: *«Разъясните смысл, пожалуйста!»*... и даже засыпающему слушателю станет ясно, что смельчак попался на

удочку докладчика.

Или человека из зала можно попросить повторить реплику и затем добавить: «Вы это уже говорили!» или: «И что?!»

Ориентируйтесь по ситуации.

Возможности безграничны, например можно сформулировать ответ в виде просьбы:

*«Не могли бы вы повторить реплику еще раз?»*

*И как раз для тех, кто не успел ознакомиться с информацией в газетах!»*

Само собой разумеется, источник выбирается в соответствии с ситуацией.

*Составьте свои примеры.*

А:

Б:

А:

А:

Б:

А:

Не всегда слушатели оказываются одного интеллектуального уровня, даже если это люди одной фракции, коалиции, группы давления или группы, поддерживающей одни интересы.

Классическим примером такой внутренней разрозненности являются политико-личностные споры внутри SPD (Социал-демократической партии Германии), когда Петер Глоц пытался выдвинуть свою кандидатуру в земельный парламент Баварии в 1990 году.

Бывший министр сельского хозяйства Ханс Отто Боймлер не смог оставаться беспристрастным:

*«Эти закаленные полулитром баварцы должны радоваться, что нашли хоть кого-то, кто может читать и писать!»*

Такая культурная вражда, естественно, имела продолжение.

Рудольф Шофбергер, лидер SPD Баварии, ответил следующим образом:

*«Во-первых, мы пьем пиво из литровых кружек. Из увеличенных наперстков пусть пьют прусские бедняки.*

*Во-вторых, все без исключения сохранившиеся немецкие памятники письменности, начиная с молитвы Вессобрунера о Вульфиле-Лид и заканчивая сагой про нибелунгов, берут начало в Баварских замлях. Вы там наверху только читать и писать учитесь, у нас уже тысячу лет декаданс».*

*И, разумеется, нельзя не перейти на личности.*

*В-третьих, запомни, ты... для нас поперечнополосатый западный немец, всего-навсего!»*

#### **Метод 4. Острословие посредством подмены слов или составляющих слова**

Проста и эффективна подмена слов или составляющих слова или даже соединение нескольких слов. Так, например, отреагировал докладчик, прерванный комментатором из зала:

*«... доклад, между прочим, не оплачивается, так что ваши усилия тщетны!»*

Или на конференции менеджер ловит возражение коллеги и отвечает:

*«Невозможно? Нет, невероятно!»*

Можно отреагировать на реплику и такими словами:

*«Я вас не понял!»*

Одним из возможных ответов может быть следующее:

*«Как жаль, если бы вы меня не расслышали, я был бы виноват, но если вы меня не понимаете, к сожалению, ничего не могу сделать».*

*Пояснение.*

Здесь тонкость заключается в противопоставлении слов «понимать» и «слышать».

Собеседник в слово «понимать» вкладывает смысл «потерять ход мысли», тогда как в ответе «не понял» расценивается как нежелание «понимать, постигать».

*Пожалуйста, подготовьте свой пример.*

А:

Б:

А:

Б:

Разумеется, данный метод можно по-разному варьировать, например добавлять или изменять основу слова.

Или менять положение слов в предложении!

Примеры активного остроловия.

*«Необходимая решительность в любом случае лучше решительной необходимости!»*

*«Вы хотите принять правильное решение или лучше решить верно?»*

*«Служба зовет, почему вы заставляете ее кричать?»*

*«Ваш месячный товарооборот был бы впечатляющим – если бы не потраченные два месяца!»*

*«Куда-то быстро улетучилась ваша вербальная весомость, надеюсь, с лишним весом у вас тоже не бывает проблем!»*

*«Вы зарабатываете деньги, которые получаете?»*

*«Нет, главные управляющие не становятся старше, они только могут выглядеть старше!»*

*«Также и в этой главе из истории фирмы счастливый конец только в конце!»*

*«Г-н Мюллер, если вам не удастся ровная линия, почему вы не ставите точку и не садитесь?»*

*«Г-н Майер, вы, кажется, тот человек, который уже долгое время смотрит на своих сослуживцев сквозь пальцы, но ведь придет день, когда рука устанет!»*

*«Г-н министр, вы чистите себе обувь?» «Разумеется, а кому я должен ее чистить?»*

*Нередко мы попадаем в ситуацию когда результат предрешен: «Вы бы хотели сгореть или застрелиться?»*

*«Слишком много двигателей вредит вашей моторике!»*

*«Когда вы раскрываете газету, то всегда читаете о тех, кто уже умер, и ни строчки о том, что кто-то родился».*

Кстати, невозмутимое спокойствие и терпение не всегда оправданы, особенно когда дело касается резких замечаний.

Существует анекдот, а может это действительно история из жизни Авраама Линкольна (12.2.1809 – 15.04.1865), уроженца штата Кентукки, ставшего впоследствии 16-м президентом США. Как-то на пустынной улице ему встретилась молодая женщина верхом на лошади. Приблизившись, дама остановила лошадь и долго всматривалась в молодого человека. Наконец она сказала: «Думаю, вы самый ужасный мужчина, которого я когда-либо встречала!»

Хотя слова и задели Линкольна, он остался спокойным и ответил, что ничего изменить

не может.

«А вот и могли, вам следовало остаться дома!», – ответила дама и поскакала дальше, в то время как Линкольн продолжал стоять в растерянности.

По-видимому, с тех пор он решил, что оставаться милым и вежливым для таких вот грубиянов – тоже неправильно.

Несколько лет спустя, он шел к трибуне уже в качестве президента и вдруг услышал реплику одного из слушателей:

«Он выглядит как самый заурядный человек!» Линкольн повернулся к говорившему и ответил: «Дорогой друг, кажется, Богу нравятся заурядные люди, иначе он бы не создал их так много!»

Сказав это, президент расположил людей к себе.

### Метод 5. Остроловие посредством подходящей латинской цитаты

В принципе, этот метод может оказаться большим блефом, внушенным собеседнику или публике. *Хороша цитата та, которая сказана вовремя.*

Причем существуют латинские цитаты, которые подходят практически ко всему, не потому что они включают в себя нужное высказывание, а скорее потому, что сами по себе являются универсальными.

Цитата удачна, если она понятна другим, и люди не ломают голову, какое же значение скрыто в ней.

Когда же у собеседника возникает вопрос, что значат эти слова или как это звучит по-немецки, вы можете ответить:

«Это высказывание настолько глупо, насколько ошибочно!» (к тому же честно) или

«Ах, извините, перевод у меня совершенно вылетел из памяти!» или

«Позвольте, я переведу это как-нибудь в другой раз!» (нечестно).

*Приведу примеры некоторых стандартных цитат, подходящих для различных ситуаций.*

“Ineptis!”	= Глупости!
“Male sit tibi!”	= Провалиться тебе!
“Praeter speciem stultus est!”	= Он еще глупее, чем кажется!
“Impavidum ferient ruinea!”	= Руины поразят, но не устроят его!
“Salva fama!”	= Да здравствует молва!
“Fama est!”	= Молва!
“O sancta simplicitas!”	= О, святая простота!!!
“Veritas odium parit!”	= Истина рождает ненависть.
“Suum cuique!”	= Каждому свое.
“In dubio pro reo!”	= В случае сомнения — в пользу обвиняемого.
“Omnia probant? Quod non singular!”	= Общее одобрение сильнее одного аргумента.

*Пожалуйста, продолжите список.*



Кстати, можно немного изменить латинскую цитату, направив ее на конкретное лицо или даже вставить нужное слово, поясняющее смысл высказывания:

Рассмотрим классическую цитату: *«Timeo danaos et donaferentes!»* (*Бойтесь данайцев, дары приносящих*) «Данайцев» можно поменять на нужную персону (группу).

Пример.

*«Timeo Journalistes et donaferentes!»* Дан латинский, хотя это не латинское высказывание.

Другой пример.

А. «... – речь – ...»

Б. «... – реплика из зала – ...»

А. к Б.

*«Дорогой мой человек, не знаю должен ли был Оскар Уайльд зубрить в школе латынь, но, в любом случае, именно он перевел одно из древнейших правил перебивания:*

*«Si tacuisses, philosophus manisses!»* А теперь точный перевод :

*«Господи, благослови тех, кто молчит, когда нечего сказать!»*

Умно, тонко и смешно часто получается благодаря ассоциации с миром животных. Шутка выигрывает, когда некоторые наблюдения оттуда смело переносятся на людей.

Некоторые примеры.

*«Г-жа Мюллер сделала из своего супруга осла, который думает, что он лев с сильной волей!»*

*«Покажете еще раз птицу и вылетите за дверь!»*

*«Коллега Майер чувствует себя на природе как дома:*

*у него воробьиные мозги,*

*ведет себя как свинья,*

*орет как обезьяна,*

*назойливый как тысяча мух,*

*перед шефом качает хвостом, как тщеславный павлин,*

*– и любит природу – несмотря на то, что она с ним сделала!»*

Или вот, из выступления известного комика, диалог шефа и секретарши:

*«Лети на волю, большая белая птица!»*

*Новая сотрудница спрашивает его, что это значит.*

*«Ну, если я скажу: „Пошла вон, безмозглая гусыня!“, у меня будут проблемы с профсоюзом!»*

## **Метод 6. Острословие посредством техники предупреждения**

Многие ораторы, например в парламенте, блистают благодаря острословию, обдуманному заранее. На реплики они реагируют вполне обдуманно.

Пример.

А. *«...и потому подчеркну еще раз, что вы, г-н Мюллер (предыдущий оратор), как никто другой в парламенте имеете дар превращать огромное количество слов в краткую формулировку мыслей!..»*

*Реплика из зала.*

А. *«Не знаю, что вы там себе под нос пробурчали, я лишь цитировал сэра Уинстона Черчилля, а вы, г-н Мюллер, мне напомнили суть данного высказывания!»*

*Пожалуйста, напишите свои собственные примеры:*

А:

Б :

А:

А:

Б :

А:

Один из вариантов – отвечать только на те реплики, на которые хотите.

Пример.

*А. «...так что вы говорите? Здесь пропагандируют нечестную конкуренцию? Признаете? Японцев также не раз подставляли. В рабочее время они работают...»*

Кстати, у Г. Пурша есть книга «Парламентский словарь ругательств», который состоит из словесных атак немецкого правительства. Там множество подобных высказываний.

*Составьте свой пример. А:*

Суть данного метода, кстати, может четко передать модифицированная цитата Г. Тиссога:

### **«Острословие – это...когда никто не заметил подготовки!»**

Часто образцы находчивости берут из наблюдений или передач.

Некоторые примеры.

*В Бонне стоит докладчик на трибуне, достает сумку, начинает в ней что-то искать, останавливается и бормочет тихо, но понятно в микрофон:*

*«Извините, я забыл очки в кресле!»*

*Только он повернулся, чтобы пойти за очками, тут же комментарий из зала:*

*«Придет время, и вы посмотрите на этот вопрос ясным взором!»*

Часть вторая. Новые образования 141

*Или как обстояли дела с законопроектом, например 19-м, об изменении размера пенсии в зависимости от роста индекса стоимости жизни. По этому поводу возникло столько неожиданных вопросов, что рассмотрение длится и по сей день, несмотря даже на то, что 20-й уже приняли.*

*Разве не парадоксально, когда преждевременные роды через 12 месяцев?*

*«Кажется, наше правление изобрело новое клеящее вещество, посмотрите на кресло шефа, к которому он прилип».*

*«Вы помните самый прекрасный день в вашей жизни?» – «Да, это была одна ночь».*

*Молодой успешный автор на вопрос издателя, почему он не предложил ему свою удачную работу, ответил:*

*«Извините, но мне известна ваша рыночная стратегия. Если бы вы издавали Библию, христианства бы не было!»*

*Или что можно сказать человеку, отличающемуся пессимизмом?*

*«Вы из тех, кто сам будет трясти головой над тарелкой с супом, пока не найдет там волос!»*

*или:*

*«Теперь, когда получилось, что вы стоите в воде по шею, ни в коем случае нельзя опускать голову!»*

*Иногда происшедшее удастся повернуть в позитивную сторону, как бесценный опыт или ситуацию к размышлению.*

Так ликовал Зигмунд Фрейд, основатель психоанализа, когда наряду с его собственными трудами в пожаре сгорели книги национал-социалистов:

*«Вот так прогресс! В средние века меня бы сожгли, а сейчас достаточно сжечь книги!»*

Когда в 1938 году Фрейд окончательно решил эмигрировать, гестапо заставило его подписать документ о невыезде, объяснив, что в его услугах нуждаются.

*Переполюсь сарказмом, Фрейд написал: «Я лучший советчик тайной полиции!»*

### **Метод 7. Техника «Всегда подойдет»**

Существуют изречения, цитаты, крылатые фразы, используя которые, можно противостоять любому вербальному нападению, реплике, непристойностям.

У многих боннских, да и берлинских политиков имеется целая система, помогающая не теряться ни в какой ситуации и противостоять такого рода шуму.

Еще раз повторю: вы можете блистать благодаря общим высказываниям, подходящим практически к любой ситуации.

Некоторые примеры ответов «всегда подойдет».

*«Голова – круглая, иногда нужно сменить направление мысли!»*

*«Раньше за свободу люди стояли на баррикадах, сегодня они делают то же самое из-за глупых реплик!»*

*«Ветеринарам легче со своими пациентами: как минимум, их не вводят в заблуждение комментариями!»*

*«Сначала человек расщепил атом, теперь его самого расщепляют на комментарии!»*

*«Обида – аргумент тех, у кого нет аргументов!» (Ж. Ж. Руссо)*

*«Думать – значит двигаться!» (Е. Блох)*

*«Не могли бы вы тоже помолчать?»*

*«Люди, выкрикивающие из зала, это те, кто прищипывает лошадь, на которой сами не могут сидеть».*

*«Теперь мне придется открыть тайну своего успеха. Она в репликах из зала, на которые я никогда не обращаю внимания!»*

*«Выдающийся комментарий, г-н Мюллер, стесняюсь спросить, кто вам его написал?»*

*«Потрясающая реплика, г-н Мюллер. Сколько времени вам потребовалось, чтобы выучить ее наизусть?»*

*«Восхитительное возражение, г-н Шмидт, долго пришлось выжидать, чтобы оно, наконец, подошло?»*

*«Это замечательный речевой прием: слабое начало и сильное отступление!»*

*«Предложитерешение, или у вас только проблемы?»*

*«Кажется, вам язык дан для того, чтобы скрывать мысли!»*

*«У вас есть разрешение на сбор вербального мусора, который вы здесь произвели?»*

*«Вы говорите внятно, но непонятно!»*

*«Сохраняйте спокойствие, высказывая свое мнение, вас оно достаточно хорошо характеризует!»*

*«Вы тот, кто пытается перешагнуть бездну двумя шагами!»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

А. (реплика): «То, что вы тут показали, едва ли кто-то сможет быстро повторить!»

Б: Ваша реакция.

А. (реплика): «Кажется, факты вас не смущают!»

Б: Ваша реакция.

А. (реплика): «У того, кто сидит в стеклянном доме...»

Б: «... всегда свежие осколки, я знаю!»

### **Метод 8. Острословие посредством «задевающих» высказываний**

Кто сказал, что на губах всегда должен быть бойкий ответ? Иногда достаточно самоиронии, насмешки или колкости.

Пример.

А. (реплика): «Вы даже сами не знаете, чего хотите, зато хотите изо всех сил!»

Б. реакция: «Теперь это меня глубоко смущает – сейчас заплачу!» (ирония).

*Пояснение.*

Большинству людей эмоциональные высказывания даются тяжело. Поэтому вначале они теряются, потом обдумывают: сказать серьезно или с иронией... и вот уже поздно.

Думайте о том, что колкая атака обратно пропорциональна реакции, которую вы покажете.

Только если вас явно задели, укол можно считать точным.

Другие предполагаемые формулировки.

«Итак, теперь меня это задело!»

«Достаю платок, слезы так и подступают!»

«Вы не справедливы ко мне!»

Пожалуйста, составьте свои примеры.

А. (упрек): «У вас есть решение или только проблема?»

Б: Ваша реакция.

А. (упрек): «Вы все еще любите природу, несмотря на то, что она с вами сделала?»

Б: Ваша реакция.

А. (упрек): «Это лишь горячий воздух, который вы тут из лучших побуждений выпускаете!»

Б: Ваша реакция.

А. (упрек): «Вы не скажите ничего толкового, пока ваша желчь оказывает влияние на работу мозга!»

Б: Ваша реакция.

Разумеется, сэра Уинстона Черчилля нельзя не признать остроумным. Однажды в парламенте он сделал чрезвычайно сложное сравнение, и оппозиции пришлось искать способы ожесточенного сопротивления.

Черчилль приводил числа за числами, оппозиция онемела.

Дальше – вообще анекдот. После клятвы хранить тайну один журналист задал вопрос блестящему оратору, сколько времени потребовалось последнему, чтобы собрать столько данных.

*Черчилль: «Цифры выдуманы, только вот оппозиции потребуются месяцы, чтобы это обнаружить!»*

Какой вывод для себя мы можем сделать из этой истории? Правда, двумя шагами бездну не перешагнуть, но иногда способность предугадывать развитие ситуации, как минимум *на шаг вперед*, оказывается решающей.

### **Метод 9. Острословие посредством тактики вежливости**

На колкое замечание можно отреагировать, а можно его не заметить. Но есть еще способ неожиданной реакции, можно сказать, нежелание реагировать.

Пример.

А. (упрек): «Чтобы разбить орех, вы берете кувалду!»

Б. (ваша реакция): «Вежливость не позволяет с вашим высказыванием поступить точно так же!»

А. (упрек): «Удивительно, как вы сами создаете себе проблему и потом героически ее решаете. Но ведь это ложная проблема!»

Б. (ваша реакция): «Серьезность ситуации и вежливость не позволяют мне принимать во внимание ваше замечание!»

Пожалуйста, составьте свои примеры.

А. (упрек): «Руководство работает сообща. Что одни не делают, другие даже не пытаются!»

Б: Ваша реакция.

А. (упрек): «Вы стоите в центре событий и потому сами себе мешаете!»

Б: Ваша реакция.

А. (упрек): «Что за крокодиловый метод управления! Главное – открыть пасть, и неважно, что воды по горло!»

Б: Ваша реакция.

Некоторые другие примеры.

«Можно было бы что-то ответить, но я думаю, каждый должен следить в первую очередь за собой!»

«Не сочтите за наглость, вы никогда не задумывались, что перед своей дверью тоже нужно подметать?»

«Вы просите принять участие в этом деле, пожалуйста, откажитесь, иначе я буду вынужден ответить, что мы беремся не за каждую глупость!»

«Убедительная просьба: прежде чем изложить свою точку зрения, посоветуйтесь с шефом».

«Позволю себе спросить: если факты вас смущают, достаточно ли устойчиво ваше мнение?»

«Теперь мне лишь остается сердечно поздравить вас с днем рождения, это действительно последнее, что я хочу вам сказать! Достаточно?!»

«Предложенное вами решение проблемы можно сравнить с операцией на слепой кишке, когда оператор, в 15-й раз поискав не там где надо, снова подходит к операционному столу. Хотя нет, такое сравнение некорректно, в конце концов, это лишь ваше 5-е предположение!»

Разумеется, этот метод популярен среди депутатов парламента, используя его, они обходят замечания по поводу нарушения порядка:

Брандт, SPD (Социал-демократическая партия Германии): «Скажу еще раз: политика не терпит невежества!»

Франке, CDU (Христианско-демократический союз): «Она и невежество. Случайно не знаете, по Гельмуту Шмидту сколько миллионов в одном миллиарде!»

Брандт: «Пытаетесь убедить меня, что вы не слабоумный?»

Федеральный президент доктор Карстенс не выдержал:

«Г-н Брандт, предполагаю, что вы так не считаете?!»

Брандт: «Это лишь слова, г-н Президент!»

Итог: не нужно замечаний!

Кстати, записи заседаний парламента Германии – неисчерпаемый источник острот,

анекдотов и других ситуаций для размышления.

Вот еще парочка таких уколов в адрес людей, призывающих к порядку на заседании:

«Вот так речь!»

«Этот клоун!..»

«Когда говорит министр, просто национальное несчастье каждый раз!»

«Каждый куритель трубки знает, что в деревянную голову много не поместится!»

...И, разумеется, можно повторить то, что 9 мая 1952 года сказал Бертрам – назвал парламент (не безнаказанно) «залом памяти Адольфа Гитлера»!

### **Метод 10. Острословие посредством комплимента**

Помимо воли колкий ответ часто приходит на ум, при дальнейшем рассмотрении он вам все больше нравится. Вы запомните его с удовольствием. Не так ли?

Нам не обязательно каждый раз изобретать подходящий ответ.

Попробуйте просто сказать комплимент, что тоже может достаточно сильно смутить.

Пример.

*А. (вызов во время интервью): «Нашим зрителям я желаю веселого праздника, а вам – раздавать подарки!»*

*Б. (ваша реакция): «Вот так пожелание, разрешите записать?»*

*А. (упрек): «Ваши аргументы больше чем размытые. Я бы даже сказал – излишние!»*

*Б. (ваша реакция): «Такого меткого замечания, признаюсь, от вас не ожидал!»*

Реакцию можно усилить.

*Так, например, после реплики (повторенной!) докладчик спускается с трибуны (напряжение в зале растет) и подходит к комментатору, пожимает ему руку со следующими словами: «Замечательная реплика, мои поздравления!»*

*Присутствующие в зале смеются, оппонент уязвлен.*

*Выкрикивающие из зала люди сильны лишь тогда, когда остаются анонимными, обнаружив себя, они сразу теряются!*

Кстати, этот метод любит использовать Томас Кошвич, ведущий ток-шоу после полуночи.

*Стоит только собеседнику сказать что-нибудь ловкое, Кошвич выдерживает паузу, смотрит слегка озадачено, затем утвердительно кивает, поворачивается к публике и говорит: «Хорошо, очень хорошо, вы согласны?»*

*Раздаются аплодисменты, причем Кошвич тоже завоевывает симпатии зрителей, хотя сам «позволяет выиграть другому». В отличие от его тезки Томаса Готшалка, считающего, что последнее слово нужно завоевать.*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

*А (упрек): «Вы думаете просто, а говорите сложно!»*

*Б: Ваша реакция.*

*А. (возражение): «Разница между вами и мной в том, что я не совсем прав, а вы совсем не правы!»*

*Б: Ваша реакция.*

Не всегда верно то, что мы видим. Иногда фантазия переходит в реальность или реальность сама по себе представляет искаженное изображение.

*Однажды известный писатель Марк Твен (тогда он еще не зарабатывал много денег) встретил на улице друга, который спросил его, указав на коробку сигар:*

*«Марк, перед тем как курить такие дорогие сигары, может, ты отдашь сначала долги?»*

*На что Твен ответил: «С удовольствием, только это мой подъемный капитал!»*

### **Метод 11. Острословие посредством техники «Один момент»**

Перебивающие реплики и острые комментарии, в общем, зависят от ситуации и момента неожиданности.

Они должны стыковаться с актуальным ответом.

Итак, «комментаторов» или тех, кто во время конференции выкрикивает из зала ловкие замечания, легче всего один раз с иронией поставить на место используя технику «один момент».

Пример.

*А: «... и потому посоветую...»*

*Б (замечание): «Послушав совета таких вот специалистов, пропадет предприниматель!»*

*А: «Один момент, заберите обратно свое замечание, прошу вас, к следующему разделу оно подойдет лучше!»*

*Пожалуйста, составьте свой пример.*

*А (возражение): «Тот, кто настаивает на своих правах так как вы, быстро ломает себе шею!»*

*Б: Ваша реакция.*

Разумеется, целью вербальной атаки может стать профессия или род деятельности человека.

Некоторые примеры.

*«Г-н Мюллер – своего рода кладбищенский садовник: под ним 600 человек!»*

Так Генрих Гейне отозвался однажды о журналисте:

*«У него никогда не выйдет ничего путного, так как он пишет лишь о том, чего не понимает!»*

*«Г-н доктор, у меня важный и серьезный вопрос, скажите правду! Смогу я после операции играть на пианино?»*

*«Да!»*

*«Как здорово, а я ведь никогда не играл!»*

*«Вы должны стать ясновидящим, так как всегда можете лучшим образом объяснить, что произойдет в будущем, а потом растолковать, почему этого не случилось!»*

*«Кстати, вы стали миллионером, начиная мойщиком посуды, или что означает вся эта посуда?»*

*«Вы торгуете антиквариатом? В любом случае ваши мысли можно датировать 18-м веком!»*

*«Вы придерживаетесь мнения, что священники должны жениться?»*

*«Почему нет, если им хочется!?»*

### **Метод 12. Острословие посредством техники «прадедов»**

Представьте себе, сидит в публике человек, постоянно комментирующий ваш доклад колкими и обидными замечаниями.

«Не проблема», – думаете вы...но публика от души смеется над замечаниями снова и снова.

«Что делать? – спрашиваете вы себя. – Спонтанно ответить опять не получилось».

Для таких случаев и существует техника «прадедов».

Пример.

*А. (возражение): «Вы самый настоящий тип 0815: ноль мозгов, 8 недель отпуска в год и потом 15 месяцев оклад!»*

*И снова публика в ударе.*

*Б. (ваша реакция): «Извините, пожалуйста, вынужден спросить вас прямо. Вы знали моего дедушку?... Нет? Что за совпадение! Вы дословно повторяете его шутки и изречения!»*

Естественно, степень родства варьируется, вы убедитесь, как поразительно легко этим методом вызвать растерянность у собеседника.

И это не удивительно: человек из зала пытается кольнуть докладчика, который вдруг спрашивает, знает ли «комментатор» его дедушку!

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

*А. (возражение): «Да где же вы, ничего не получается, но слава Богу, вы не можете быть везде!»*

*Б: Ваша реакция.*

*А. (возражение): «То, что вы здесь пропагандируете похоже на советы кенгуру: пустая сумка, большие прыжки!»*

*Б: Ваша реакция.*

Пример удачен тогда, когда его легко видоизменять. Такую технику предлагал драматург Александр Дюма, которого однажды в компании спросили, действительно ли он сын мулата.

*Дюма не растерялся: «Да, мой папа – мулат, моя бабушка – негротянка, а дедушка – орангутанг. Моя родословная начинается как раз в том месте, где заканчивается ваша!»*

### **Метод 13. Острословие посредством техники «обезличивания»**

Мы уже не раз убеждались, как порою трудно определить верный тон ответа, чтобы вызвать соответствующую реакцию слушателя, зрителя, например удивление или сочувствие. Не нужно воспринимать колкое высказывание близко к сердцу.

Если посмотреть на ситуацию со стороны, всегда можно найти ответ оппоненту.

Все намного проще, чем вы думаете. Попробуйте применить такие формулировки: «было бы сказано», «попробуйте представить, что на это вам скажут» и так далее.

Данные ответы подойдут практически к любой ситуации (говорить лучше миролюбивым тоном): «Не я же это сказал. Я бы не решился это произнести», «Стараюсь избегать подобных высказываний – это не мой стиль».

Примеры.

*А. (реплика):*

*Б: «Можно предположить, что у вас воробьиные мозги. Хорошо, что мы так не думаем».*

*Для остроты можно добавить: «Ваши значительно меньше!»*

*И сразу сказать с особым ударением: «Однако сам бы я так никогда не сказал!»»*

*А (возражение): «Вы так медлительны, что даже при беге вашу обувь можно подбить!»*

*Б. (реакция): «Мой коллега на подобное высказывание ответил: „Чушь собачья!“ Радуйтесь, что вы имеете дело с такими неагрессивными людьми как мы!»*



*Составьте свои примеры.*

А (на конференции): «Вы когда-нибудь задумывались над тем, что вместо консультирующей фирмы нужно было создать матрасную фабрику? Тогда снотворное, использованное вашей командой, принесло бы ошеломляющий успех!» (Смех.)

Б: Ваша реакция:

А (возражение): «Уважаемый коллега, ваш реферат содержит много хорошего и много нового – только хорошее не ново, а в новом нет ничего хорошего!»

*Острословом считают и Хайнера Гайслера, так ответившего на вопрос журналиста, чего CDU (Христианско-демократический союз) еще не достиг за всю историю своего существования:*

*«Сначала я расскажу, чего мы до сегодняшнего момента достигли, 1... 2... 3...»*

Когда-нибудь журналист не выдержит и прервет его следующим вопросом:

Какой вывод можем сделать мы? Не обязательно всегда брать за основу образ мыслей другого человека, чаще оказывается лучше прервать ход его рассуждений!

#### **Метод 14. Острословие посредством обмена слов**

Давайте вспомним рекламу, в которой сплошь и рядом используется игра слов.

«Всегда?» «Нет, не всегда, хотя всегда чаще!» Сходно функционирует принцип обмена слов, что

также используется для отражения колких замечаний.

Пример.

Так гласит известное изречение Михаила Горбачева:

*«Кто поздно приходит, того жизнь наказывает».*

Представьте ситуацию выступления докладчика перед представителями розничной торговли:

*«И потому хочу подчеркнуть еще раз: „Кто поздно приходит...“»*

*«... тот сам себя наказывает!», – продолжают из зала для общего удовольствия зрителей.*

Или вот реклама зубных щеток с поворачивающейся головкой.

Цитирую: *«Умный уступит!»*

Переделанный вариант: *«Умная щетка уступит!»*

И еще старый лозунг Yuppies:

*«Молодой, динамичный, успешный!»*

Злые языки переделали так:

*«Молодой, динамичный, безуспешный!»*

Пожалуйста, переделайте сами несколько рекламных девизов или цитат.

Пример.

1. *Прежнее:* Хватайте! *Новое:* Давайте!

2.

3.

4.

5.

P.S. Речь идет о творчестве, так что дерзайте!

Примером такого рода модификации можно считать высказывание депутата

парламента Айкмайера в адрес кандидата в депутаты доктора фон Гельдерна:

«...могу только добавить вместе с Ойгеном Ротом:

*«Доктор Гельдерн хочет власти».*

Ой, прошу прощения:

*"Наши политики хотят власти,*

*Но нет денег, вот напасти!"»*

Кстати, то, что говорят политики третьего ранга, за остроты уже не считают:

*«Вы не можете сдержать данное вами слово!»*

Ответ:

*«Как же, как же, держу, и не только слово: длинные речи приходится держать!»*

И наоборот, за острословие считают, например реплику, которую министр окружающей среды Германии профессор и доктор Тепфер при рассмотрении темы «Лицензионный порядок осуществления внешнеторговых операций» услышал в свой адрес:

«Г-н Тепфер, если бы лицензия выдавалась только на производство горячего воздуха, о чем бы вы сейчас говорили!»

Канцлер Коль, кстати, тоже иногда пользуется приемом изменения риторических высказываний.

Например из цитаты:

*«Отложить – не значит отменить!»*, вот что получилось:

*«Отложить (и здесь, дамы и господа, цитирую дословно), не значит отложить!»*

И караван хитроумности движется дальше.

### **Метод 15. Правильная реакция на потерю мысли**

Порвалась пленка в середине фильма – не проблема. А если потерялась нить разговора в середине доклада?

Одни думают – надо надеяться, что она найдется, другие уверены – ничего страшного.

Если вы действительно потеряли нить доклада, есть лишь один выход: сделайте длинную паузу, взгляните в публику и просто повторите последнее предложение. Медленно, расставляя акценты, словно в нем содержится какая-то особенная мысль.

Слушатели подумают, что в предложении *есть* особый смысл, иначе оратор не повторил бы его второй раз, да к тому же медленно.

Итак, что получается?

Если оратор повторяет последнее предложение еще раз и с особой интонацией, то *не может быть*, чтобы он потерял мысль, иначе не смог бы его повторить.

Все понятно?!

Представьте, что доклад прокручивается у вас в голове в виде фильма, лента которого, благодаря повтору последней фразы, склеивается, так ход мысли восстанавливается.

Поэтому после повторения вы знаете, что сказать дальше.

### **Небольшое упражнение, развивающее смекалку**

Возьмите лист бумаги и попытайтесь двойное значение изобразить образно.

Примеры.

*«Радио-ведущий – радио-актив».*

*Пояснение.* Понятие «радиоактив» существует в тематике радиоактивного излучения, но если мы касаемся сферы радио, то сразу понятно, что имеется ввиду человек, активный на радио. То есть слово приобретает *переносное значение*.

*«Министр финансов идет на паперть».*

*Пояснение.* Ясно, что высказывание воспринимается только в *переносном смысле*, ведь это парадокс, если первое лицо отвечающее за финансы республики пойдет просить милостыню.

Другие примеры.

«Священник стережет своих овечек».

«Маляр кажется красным».

«Повар отдал свою ложку».

«Часовщик отстучал свой последний часик».

«Актер ушел со сцены жизни».

«Чем выше поднимаешься, тем легче унижаешься».

«Сначала было в шутку, а получилось серьезно. Эрнсту уже три года».

«Веснушки – это ваши единственные точки, или есть еще точка зрения?»

«Ваш сотрудник – это центр вашего внимания или средство достижения цели?»

«Поколение военных лет до сих пор не уклоняется от военной службы».

«Мой коллега – специалист по плитам, он плиточник», и т. д.

*Пожалуйста, приведите свои примеры. Желаю удачи!*

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Цель упражнения в том, чтобы сформировать активные языковые формы.

Вначале, скорее всего, это упражнение покажется вам сложным, поэтому через некоторое время его желательно повторить.

Это и будет *следующим* шагом в развитии навыков *острословия*.

### **Эффективные советы из практики 3+1**

Возможности методически правильно реагировать на колкие вербальные вызовы многообразны. На бойкое замечание – достойная цитата. Все методы слабы, если мы не владеем следующими правилами общения.

- На каждом семинаре по коммуникации его участники узнают об открытии классика кино Богарта Касабланки, что контакт «глаза в глаза» – есть основная составляющая общения, от которой и зависит его эффективность. Взгляд не просто фиксирует внимание собеседника, но и одновременно обеспечивает говорящему контроль над слушателем. Чем дальше, тем больше. Хотя это правило действует лишь в стандартной ситуации, обычной беседе. Тот кто подбирает подходящую реплику на конференции или бросает достойный колкий ответ противнику, не может не наблюдать за эффектом его слов. Он хочет отплатить за вербальный удар, насладиться... и с нетерпением ждет: вдруг собеседник снова ответит, может, даже очень хорошей фразой. Возникает вербальная борьба двоих, шанс 50 на 50, стоит побороться. Собеседник во время контакта «глаза в глаза» не вербально как бы спрашивает: «И?... Есть что-то для сравнения?» Это привычка, от которой с трудом избавляются практически все участники моих семинаров.

- Вторая излюбленная привычка заключается в том, чтобы атаковать хорошей колкой репликой и потом поставить точку на этой теме (*неправильно*: «Я тоже так считал раньше,

но с тех пор кое-чему научился!»). Последствия могут оказаться нежелательными, часто мы воспроизводим «недодуманный» материал, и лишь через некоторое время окончательная формулировка текста дает результаты. Чтобы не попасть впросак, нужно помнить простое правило: «Touch-Turn-Talk» (правило «3 Т») (прикоснись-повернись-скажи). Произнесенная колкость «обезвреживается» следующим предложением, где коротко поясняется смысл несостоятельности сказанного. В 80 случаев из 100 тема раскрывается (*правильно*: «Я тоже так считал раньше, но потом решил глубже изучить этот вопрос, одним из важных аспектов которого является...»).

• Следующей ступенью приобретения навыков ситуативного остроумия является **метод адресата**. Если уже последовала провоцирующая реплика или вербальная атака, то вероятность отреагировать удачно около 50 %. Часто получается, что говорящий из зала забывает назвать человека, к которому обращается. Высказывание или острое слово от души приправлено иронией и произносится среди людей, а человек, которого оно ранит, определяется сам (что естественно) и вызывает атаку на себя. Но как быть, если высказывание направлено конкретному адресату или звучит как замечание собеседнику. Простой пример: «Это не так уж и сложно для понимания!» (ирония адресована докладчику косвенно) – «Прекрасно, г-н Мюллер, таким образом, мы достигли первой ступени!» (Прямое обращение к комментатору, принцип бумеранга.)

• **«Позволь „совету“ проплыть мимо»** – традиционная формула, якобы позволяющая ослабить эффект комментария. Но на практике получается другое: в большинстве случаев, как неоднократно доказывали эксперименты, такой реакцией оратор показывает, что не в состоянии ответить на комментарий из зала. Отсутствие реакции воспринималось бы нормально лишь в том случае, если бы он смог контролировать свою невербальную реакцию после услышанного. Непричастный зритель наблюдает удар комментатора, чувствует растерянность оратора, легкое колебание, вербальное промедление (mmm...). Итак, забудьте эту формулу, давайте выведем новую: **«"Совет"» должен быть уничтожен!»** И если вы не нашли подходящего ответа, будет достаточно комплимента или интеллигентного замечания! Проявите невербальную реакцию, ироничного тона вполне достаточно.

*Желаю успехов, достойный ответ на вызов из зала – дело чести настоящего оратора.*

## **Убедить диалектика несмотря ни на что!?**

### **Или: провокационная атака... – и как успешно ее отразить!**

**Успешное руководство для представителей верховной власти, любящих одерживать победу в разговоре, политической дискуссии, на переговорах или презентации**

Вам знакома следующая сцена?

Мистер Диалектик: *«Мои сотрудники настаивают на самостоятельном составлении маркетинговых листов, но до сих пор им не удавалось обойтись без посторонней помощи».*

Коллега А.: *«Почему бы вам тогда не отправить людей на семинар по маркетингу, где как раз и обучают методу составления таких листов».*

Мистер Диалектик: *«Хорошая идея, только вот у них постоянная нехватка времени».*

Коллега Б.: *«Но ведь существует специальная литература...»*

Мистер Диалектик: *«Разумеется, у нас такая есть на полке, только кто в нее заглядывает?»*

Коллега В.: *«Я бы мог вам порекомендовать одно рекламное агентство, у меня там очень хорошие знакомые...»*

Мистер Диалектик: *«Идея хороша, но денег нет».*

Коллега Г.: *«Тогда акцентируйте внимание на своем решении и привлекайте*

*сотрудников к ответственности в случае неудачи».*

Мистер Диалектик: *«Да я так и хотел сделать, только вот можем ли мы позволить себе пустить дело на самотек?!»*

Пререкания, в конце концов, заканчиваются молчанием, что бесконечно радует Мистера Диалектика, выдержав паузу, он произносит свою заключительную речь:

*«Вот и получается, что все приходится делать самому, вся ответственность на мне».*

Мистер Диалектик искусно провел свою партию:

- сначала он попросил о помощи в решении проблемы... а затем отверг все предложенные варианты;
- озадачивая или прерывая собеседника, он выступал словно герой дня;
- разбудив у коллег инстинкт оказания помощи... он доказал, что помощью в данном случае может быть лишь самопомощь;
- он открыто не признает благоразумие и жизненный опыт своих коллег;
- он предложил игру, выиграл ее, так как играл по своим правилам.

В принципе безобидная игра демонстрирует ловкость оратора, искусно выполнившего задуманное дело.

Если бы он сказал о своей точке зрения сразу, коллеги завалили бы его критическими вопросами, и решение проблемы переросло бы в ожесточенный диспут, что и не допустил Мистер Оратор.

С самого начала его позиция была не ясна – что считается неумным, если дело касается опытного оратора, по окончании разговора решение проблемы так и не было найдено – его позиция не несет никакой практической пользы. Получается, что он вовсе не нуждается в человеческом участии, своих собственных идей ему вполне достаточно.

Прежде всего то, что диалектики владеют процессом коммуникации, не вызывает сомнения, они еще комментируют разговор про себя, несмотря на внешний нейтралитет. Иногда, чем незначительней они хотят казаться, тем больше потенциала за ними срывается.

В нашем примере г-н Диалектик ловко оперирует предложенными решениями, обосновывая их несостоятельность.

Руперт Лей писал по этому поводу: «Не многие победители демонстрируют свое преобладание в языковом отношении. При случае их образ действий соответствует элитарному. Нередко используются языковые приемы, помогающие скрыть доминирование победителя. Доминирование победителя может скрывать за собой проявление симпатии, антипатии, удивления, похвалы, просьбы совета или помощи» («Как нажать врагов», стр. 142).

Диалектик играет осознанно или неосознанно, открыто или замаскировано, проявляя, либо не проявляя свои истинные цели.

Под покровом равноправных отношений, для видимости разговора друг с другом, друг для друга подбирается подходящая стратегия, преследующая лишь одну цель: настоять на своем мнении.

В чем можно упрекнуть вас, так это в том, что ваш репертуар игр едва ли имеет предел, запас идей – как речевых, так и методических – неисчерпаем, речевые приемы отражают весь спектр общения вопреки всему.

Если путь не ведет к цели, проберемся через кусты, через заросли коллективного обсуждения, разрушим старые мосты, воздвигнем новые, воспользуемся тактикой собеседника, не потеряв при этом из вида главное – свою цель. Возьмем на вооружение эффект смены чувств: будем слабы, когда от нас ожидают твердости духа, будем непреклонны, когда надеются, что мы пойдем на компромисс. Будем менять правила игры, коалиции, догадки, как другие меняют носки.

Но если и это не поможет, заканчивайте разговор остроумной «убийственной» фразой.

А какими играми можно овладеть?

### **Игра «Лозунг»**

Во время доклада или презентации один из участников произносит «Скажу только:...(девиз кажущийся совершенно не подходящим в данной ситуации). Единственной реакцией на сказанное будет замешательство, из которого и нужно будет вывести присутствующих.

В такой ситуации следует проявить свою компетентность и достаточные знания.

Возможные реплики.

«Интересный аспект, но он не касается сути!»

«Неверно, напротив, верным было бы...(противостоящий лозунг)!»

«И что?!»

«Могу сказать только:...(встречный лозунг)!»

«Спасибо, важное доказательство».

«Подождите, до этого мы еще не дошли!»

– «Извините, вопрос мне не понятен, что вы хотите этим сказать?»

### **Игра «Извините, что приходится перебивать»**

Учтиво, но убедительно прервите ход мыслей заявленным аргументом. Часто предпочитают приостановить разговор именно таким образом. Момент прерывания определяете вы сами. Цель заключается в том, чтобы ваше коммуникативное доминирование было признано. Бывает необходимо перевести беседу в «неформальное русло». Вы не должны говорить значительно больше ваших партнеров. По исследованиям Р. Лейя мужчины перебивают женщин в 67 случаях из 100, тогда как только 4 % женщин прерывают мужчин. Мужчины говорят в два раза дольше, нежели женщины, и в 1,7 раза чаще бурно дискутируют.

Варианты данной игры не ограничены, собеседники встречаются с различными вопросами («Откуда такие данные?»), отвергают предположения, говорят об отступлении от сути, с легким смешком возражают («действительно топчемся на месте»), целенаправленно ставят под сомнение верные высказывания («Чего вы добиваетесь?») или просто перебивают, потому что говорящий заблуждается, что, разумеется, расценивается как субъективная объективность.

Возможные реплики.

«Охотно, но прежде позвольте мне коротко изложить...» – только кажется, что вас снова могут прервать.

«Нет!»

### **Игра «Линия пояса»**

С мягкой улыбкой собеседник произносит следующую фразу, которая, как удар ниже пояса: «Пожалуйста, не воспринимайте это лично, но...»

Такая игра идет по образцу, который в психологии называется парадоксальным вмешательством. Высказывания построены так, что их невозможно воспринимать буквально. Например, когда кто-то нас просит быть спонтанными, мы отвечаем: «Сначала сами попробуйте», после такой просьбы, что бы ты ни сделал, уже не будешь спонтанным. Спонтанность и требование исключают друг друга.

Итак, вышеназванная просьба как раз и привела к тому, чтобы сказанное восприняли лично. Говорящий позаботился.

Возможная реакция.

«...извините, все-таки имеется в виду лично!»

«Так как же мне вас понимать?!»

### **Игра «Фома неверующий»**

Прежде всего, игра подходит для ситуаций, где встречаются различные иерархии, «пересекаются» люди разного опыта или неуверенного собеседника еще больше смущают: «Итак, я никак не могу в этом разобраться, объясните нам детально, пожалуйста, как вы пришли к таким выводам!», «Минуточку, ход аргументов кажется несостоятельным!»

Цель данной игры может быть различна. Дело в том, что человек вынужден еще раз повторять или пространно излагать уже сказанное (что надоедает присутствующим: «Он думает, что мы туго соображаем?...»). Иногда все объясняется желанием поставить подножку («Осторожно, ваши мысли несостоятельны, словно мыльный пузырь»), в другой раз речь идет о страхах и сомнениях в себе, которые скрываются в каждом из нас и сознательно вызываются («Вы действительно уверены?!»).

Возможные реплики.

«Да, могу себе представить, хотя сначала я тоже не мог в это поверить!»

«Отлично вас понимаю, я сам был удивлен, но...»

«Что конкретно вы не понимаете?»

Цель: для объяснения привлекаются другие.

«Это ничего не значит!»

### **Игра «Несчастный оскорбленный»**

В середине разговора один из участников говорит: «Теперь я обиделся!» или «Это меня задевает!» Цель эмоционального послания – оказать на собеседника давление, вынудить оправдываться или объясняться. Если собеседник не идет на уступки, эмоции торжествуют. Таким образом можно сорвать переговоры.

Возможные реплики.

Предупредительно: «Как мне все исправить?»

Конструктивно: «У вас нет никаких оснований».

Замечание: «Извините, но тот, кто разделяет, должен превосходить!»

Нравоучительно: «Очень жаль, что вы изменили мнение. Разве в этом была необходимость?... Думаю, нет».

«Это меня поражает!»

С иронией: «Бедняга!»

«Очень жаль. Извините».

### **Игра «Возражение или даже протест»**

Смысл в том, чтобы возникший в разговоре мнимый или даже реальный протест сделать четким. Реакция некоторых бывает неожиданной, неудивительно, если они вдруг начинают путаться, ведь протест зачастую оказывается неправильно понятым, а аргументы бросаются на ветер, будто спор идет с приведением, стоящим посередине комнаты. Кому не знаком холодок на спине, который появляется когда одним из таких возражений на пустом месте пытаются нарушить ход вашей мысли?! Невольно большинство собеседников принимает возражение и начинает игру: раз протест высказан, его нужно принять. Каждый заинтересованный в поддержании общения надеется найти компромисс с собеседником, что

на деле приводит к потере позиций.

Возможные реплики.

«Еще раз:... (повторите суть)»

«Я уже говорил и охотно повторю еще раз...»

«Здесь нет расхождений, проверьте еще раз ход ваших мыслей!»

«Правильно, вы точно уловили смысл сказанного. Правда эту точку зрения следует обсудить. И потому повторюсь:... (повтор тезиса!)»

### **Игра «Общая тенденция – красная нить»**

Косвенно или напрямую ораторы подчеркивают относительность аргументации и противоречия, идет ссылка на «основную линию», а собеседник награждается титулами: «мелочный человек», «пособник бюрократии». Происходит его логическое разоблачение, при этом чрезмерное внимание обращается на всевозможные мелочи.

Часто в этой игре мы сталкиваемся с обоснованными просьбами («Сопrotивление сглажено, позвольте нам самим разобраться, мы справимся!»). Разумеется, нет необходимости прыгать в пучину сломя голову или пытаться доплыть до Америки вплавь. Разве даже самый маленький рисунок мозаики не состоит из множества мелких деталей? Чем дотошней следит оратор за ходом аргументации собеседника, тем меньше внимания он обращает на свою собственную идею. Бывает, что у человека есть самокритичность, осознание собственной некомплектности – но, в конце концов, он склоняется к своему решению.

Возможные реплики.

«Извините, но ваши замечания несвоевременны. Считаю необходимым пояснить некоторые детали. Если я не смогу ответить на ваши вопросы, мы проясним их в дальнейшей дискуссии!»

«Хорошо, еще раз: 1... 2... 3... – уловили нить?»

### **Игра «Невербальная коммуникация»**

Диалектики очень выразительны, даже когда ничего не говорят. Но и они могут попасть под влияние нетактичного собеседника, когда последний пытается спровоцировать или даже полностью отвергнуть сказанное. Калейдоскоп паравербальных или невербальных проявлений так же неисчерпаем, как и усилия, направленные на получение одобрения других.

Так, например, ораторы могут сделать вид, будто записывают основные моменты разговора, при этом бормочут что-то себе под нос, качают головой, посмеиваются, «комментируют» посредством жестов руками, откидываются на стуле, подчеркивая свое негативное отношение, и так далее. Хотя того или нет, но практически все во время разговора реагируют на такие действия, как минимум неосознанно. Излюбленный вариант реакции заключается в том, чтобы написать пару слов на листе, подчеркнуть или обвести их несколько раз, поставить три восклицательных знака и протянуть лист соседу, чтобы он смог это прочесть. Часто такие действия провоцируют «сопутствующий разговор». Психологическое воздействие данной игры не заставит себя долго ждать. Чем она тише и подчеркнута незаметна, тем сильнее это раздражает оратора. А если нет? Во всяком случае, по правилам данной игры ему необходимо приложить некоторые усилия, чтобы сконцентрироваться, на что часто не хватает силы воли. Извините, как-то невольно получилось!.. Кто из тех, с кем происходило подобное, задумывался, что значение покачивания головой зависит от направления мысли?



Возможные реплики.

Переоценив ситуацию: «Да, можете покачать головой, я тоже в это не верю!»

С иронией: «Хотите что-нибудь изобразить/сказать?!»

Предупреждающе: «Г-н Мюллер, пожалуйста, теперь вы можете покачать головой или, как минимум, сказать: „О-о!“»

### **Игра «Подтасовка»**

Нечестный метод, разумеется широко используемый. В предметной дискуссии вам вдруг приписывают какой-то недопустимый мотив ваших действий или сделанного вами предложения. Цель – заставить вас оправдываться.

Возможные реакции.

«Это жестокое обвинение, что оно значит?»

«На каком основании вы так считаете?», в заключение: «Неправда!»

«Должен сказать: дурную игру вы ведете. Но я промолчу!»

### **Игра «Теория-практика»**

Теория мертва, лучшая теория – это практика, теория принадлежит практике, нельзя перешагнуть пропасть двумя шагами. Все идеи и большие мысли должны оправдывать себя на практике, но для начала им нужно родиться в голове. Так появляется следующая игра, даже когда невозможно мысленно подобрать достойную альтернативу. Но – почему нужно ценить идеи других? Возражение, почему идея не может функционировать на практике, найдется всегда, но время покажет, имеет ли право на существование данная идея. Разрушить ее довольно просто, достаточно несколько доводов, начинающихся приблизительно так: «Если предположить...», «Только представьте себе...», «Что было бы, если...» и так далее. Если и это не поможет, оратор прибегает к подготовленному приему: «Теоретически это возможно, но „оставшийся риск“ – практически слишком велик, к тому же едва ли получится найти деньги». «Оставшийся риск» действует как бомба.

Лучше выстроить аргументационную линию. Если оратор решил однозначно сорвать проект, он может спросить: «Вы хоть раз на практике что-то осуществили?»

Один из вариантов заставить практика сомневаться: «В теории все звучит идеально, сложности возникают на практике, что и приходится решать практикам. Поймите меня правильно...». Мистер оратор так дальше выстраивает свою речь: если с проектом возникают сложности, обвиняется теоретик, практик ведь сделал все что мог. Но если вдруг удалось устранить ошибку, так это он, практик, исправил ситуацию своими усилиями.

Возможные реплики.

«Ваши сомнения мне понятны, конечно два похожих проекта мы уже успешно отменили!»

«Могу вас заверить, вопрос о практике или теории не возникает. Речь идет о преобразовании и удобстве для пользования. А это у нас есть!»

«Хорошо, время покажет. Сначала великие идеи рождаются в голове, а потом уже проверяются на практике!»

«Извините, но критика – прерогатива практиков!»

### **Игра «Дедукция/индукция»**

Собеседник находит верные общие фразы, мистер диалектик реагирует высказыванием, перечеркивающим все сказанное, являющимся, так сказать, исключением из правил. Если речь идет о конкретном примере, он тут же переходит на общие фразы. Мистер диалектик

ведет себя очень гибко, его невозможно поймать, словно резиновый попрыгунчик, вот он на полу, ты наклонился, а он уже опять в воздухе. Образец индукция-дедукция, дедукция-индукция – прост, но надолго осложняет процесс поддержания коммуникации. Разумеется, в окончательном прекращении отношений оратор не заинтересован.

Если рассуждать здраво, речь не идет о критических вопросах, скорее о целенаправленном нарушении хода аргументации.

Возможные реплики.

«Приведенное вами исключение из правила не продвигает нас ни на шаг».

«Вы правы, для 90 % случаев данная концепция действует, другие 10 % обходятся старыми методами».

«То, что вы сейчас пытаетесь осуществить, – всем известный диалектический прием избежания дискуссии. Звучит довольно плоско!»

В предложенных выше играх диалектик четко ориентируется, он «инсценирует». Хитрый собеседник знает о модели поведения *раздражение-реакция*, и при необходимости сам сможет ее вызвать. Иногда такая ситуация обыгрывается в дискуссии только из злости, когда согласие или расхождения не принципиальны.

Он играет лишь для игры. С ее помощью проверяют прочность позиции собеседника, как правило результат не важен, так как риск проиграть возникает лишь, когда человек принимает ситуацию близко к сердцу, эмоционально неустойчив или лично заинтересован.

Иногда игра ведется для собственного удовлетворения, самоутверждения, чтобы показать способность разговаривать на узкоспециальные темы или просто, чтобы испортить все дело.

Иногда это целый ритуал самоуспокоения, когда «руки чешутся» навязать свою игру другому.

Часто речь идет о проявлении социальной выгоды. Человек радуется, разумеется в глубине души, если собеседник признает, что без него он, возможно, не попал бы в неприятное положение. «Если бы не вы!..» – звучит внутренний голос в ушах.

Для него игра состоит из скрытой или не прямой последовательности возражений, предпринятых ради определенного, обдуманного результата.

Эрик Берн («Игры взрослых») описывает игру следующим образом:

«Периодически возвращающаяся последовательность часто повторяющихся переговоров, на первый взгляд кажется убедительной, но скрывает под собой тайные мотивы. Другими словами, это последовательность отдельных действий, объединенных между собой благодаря случаю, то есть обманчивому трюку. Производственные, ритуальные и все остальные способы времяпровождения разделяют по двум критериям:

1) по факту, на который оказывает влияние скрытый мотив, и

2) по эффекту. Действия должны быть успешны, ритуалы – эффективны, а способы времяпровождения – приносить пользу, хотя по существу, все открыты и честны, может оказаться, что спор объединяет!..»

Диалектик начинает проигрывать игру тогда, когда его видят насквозь, когда правила становятся ясны окружающим или когда задаются вопросы по поводу мотива. Он упирается руками и ногами, противостоит «нечестным замыслам».

На семинарах, посвященных диалектике и аргументации, участники в самом начале часто уверены, что настоящий мастер диалектики поступает с аргументацией, как искусный лесоруб – вырубает полностью.

Этого как раз он и не делает, иногда диалектик использует речевое превосходство, мимика колеблется где-то между улыбкой и кажущимся желанием выслушать.

Диалектика начинается там, где появляется необходимость что-то скрыть. Тогда происходит развитие действий.

Но с играми мы еще не закончили, давайте рассмотрим оставшиеся варианты.

### **Игра «Удар кинжалом»**

Политик Социал-демократической партии Рудольф Шарпинг младший в марте 1997 года так сказал протестующим шахтерам в Бонне: «Тот, кто называет вас паразитами, что отмечено за некоторыми представителями Радикально-демократической партии, сам паразит и будет изгнан!» В высказывании четко и ясно виден вызов РДП, людям, его озвучившим. Почему Шарпинг отреагировал не сразу? Потом он утверждал, что эту фразу он слышал на заседании. Некоторое время спустя он вообще отказался от сказанного. Почему?

Шарпинг молчит и по сей день. Выдумал ли Шарпинг это высказывание о РДП и паразитах? Если так, то перед нами типичная игра «Удар кинжалом»: кто-то составляет реплику, против которой потом резко протестует.

Да, действительность в этот раз, кажется, настигла господина Шарпинга. Подобное случилось с вьетнамским рыбаком из Ханоя, который понадеялся убить рыбу-меч обычным ножом: она его и проткнула. Глупая смерть.

### **Игра «Где-то рядом»**

Диалектикам нравится и эта игра, когда во время разговора раздувают совершенно незначительный пункт, что является неожиданным шагом для собеседника. По этому незначительному боковому пути и двигается поезд разговора или даже останавливается и продолжает стоять. Время проходит, разговор теряется в мелочах, затягивается. А собеседник? В конце он совершенно запутан, качает головой и спрашивает себя: «Почему мы на этом зациклились?»

Возможные реплики.

«Это вопрос второго плана, давайте вернемся к главной теме. Повторюсь, исходный пункт...»

«Простите, но ведь это совершенно не относится к нашей теме, потому повторю еще раз мою установку...»

Основной образец реплик можно сформулировать коротко: принятие побочной темы – оценка побочной темы – отказ от побочной темы!

Или: оценивать и возражать!

### **Игра «Смени тему»**

Мистер диалектик плохо ориентируется в области, о которой идет речь. Как можно перевести разговор на другую тему, чтобы собеседник обнаружил подмену не сразу? Причем в новой сфере диалектик должен быть экспертом. Переход получается совершенно «случайно»: «Мне только что пришло в голову...», «Когда вы говорите... я сразу думаю...» и т. д. Короткое высказывание провоцирует вопрос – и тема уже переменялась. Пути назад быть не должно, мистер диалектик этого не допустит.

Возможные реплики.

«Интересный аспект, но он нам ничего не дает!»

«Если быть точным, речь идет о... – нет».

### **Игра «Компетентность – квалификация – опыт»**

Здесь существует множество вариантов плюс всевозможные диалектические нюансы. Это и сказанный громко упрек в отсутствии «необходимого, многолетнего опыта», и

признание многолетнего опыта «устаревшим и узконаправленным». Это звучит так: «У вас нет ни малейшего представления!»

Возможные реплики:

Запрос информации: «Вы спрашивали о моей компетенции, что конкретно хотели бы узнать?»

«Относительно моего опыта работы вы правы. Но я здесь не для того, чтобы выполнять вашу работу, я лишь делюсь методическим опытом. Если потребуется ваш опыт, вас спросят!»

«Чтобы подчеркнуть свою компетенцию, я бы мог назвать 20 успешных проектов, но ведь речь идет о нашей совместной работе!»

«Извините, но ведь речь не об этом. Вы ищите партнера для совместной разработки стратегии. Компетентность в этом вопросе могут подтвердить вам мои клиенты!»

«Почему моя кандидатура подходит вам? Есть три основания: опыт, опыт, опыт».

«Хорошо, люди, которые меня знают, говорят...!»

Такая односторонняя игра должна длиться несколько часов, что чаще всего и происходит. Осознанно или неосознанно при этом диалектик достигает некоторой цели: собеседник теряет самообладание, начинает говорить громче, его трудно сдержать, кажется эмоционально гиперчувствительным – у окружающих складывается впечатление, что с ним не все в порядке, поэтому аргументы говорящего подвергаются сомнению.

Часто бывает достаточно сделать шаг в сторону и подумать или даже сказать вслух: «Делайте что хотите, только без меня!» В ответ мистер диалектик может спровоцировать другие эмоциональные волны, которые непременно захлестнут собеседника: «Не стройте из себя обиженного, объективные рассуждения имеют право на существование!» Или можно пресечь эмоции на корню и отреагировать таким образом: «Ваш образ действий вне всякой критики, так что едва ли у нас найдется причина о чем-либо спорить».

### **Игра «Козел отпущения»**

Атмосфера (благодаря диалектике) напряжена, практически все кипит. Как раз время выбрать козла отпущения. Для этого мистер диалектик находит «виновника» и «жертву». Невинным взглядом он клеймит вербальной каиновой печатью виновника и символично спрашивает, почему у последнего возникло желание убить Авеля? Роли разделены, что едва ли можно было ожидать от подобного заседания. Жизнь такова, что в фактической коммуникации, соответственно в социальном взаимодействии, все намного сложнее.

Проблематично в данной игре то, что мистер диалектик осознанно принимает то, что для дела (жизни) необходимо вызвать некоторую неприязнь, от ущерба которой сложно избавиться.

*Возможные реплики.*

«Давайте честно: в данной ситуации обвинения ни к чему не приводят!»

«Что вы имеете в виду?»

### **Игра «Незнакомое слово»**

Собственно говоря, когда в разговоре мы слышим незнакомое слово, это нормально – спросить его значение, но на практике происходит по-другому. Редко кто решится переспросить, все боятся показать свое незнание. Вот еще один прием диалектика – использование терминов, англицизмов, технической терминологии для того, чтобы собеседник потерял дар речи.

«Все мы знаем, что увеличение переменной X пропорционально константе и обратно пропорционально Y при уменьшении Y, и допустимые значения кривой превращения

объясняют фактическое свойство рыночной силы...» Всем понятно? Желание спросить о смысле сказанного разумно, только мы предпочтем оставить все как есть.

Большинство слушателей не склонны переживать, если что-либо не понятно, главное все внимательно выслушать. Диалектику этого достаточно. Вам тоже?

Понятия «латеральное запрещение», «гиперреализм», «смена парадигмы», «синоптический идеал», «оттенок подражания» и им подобные звучат интеллигентно, но каждый ли из нас поймет значение таких высказываний сразу? Возможно, при чтении будет легче уловить значение. Возможно, нам не хватает «способности концентрироваться», или это результат «коллективного изучения»? (Гайст, с. 40–47).

Наконец, в глубине души, где-то очень глубоко, нам нравится речевое могущество, которое повсеместно демонстрирует диалектик. И мы не перестаем ему удивляться.

Возможные реплики.

С иронией: «Здорово, что вы знаете такие понятия, можете объяснить их значение?»

Провокация: «Долго учили формулировку?»

### **Игра «Выдвижной ящик»**

Категории мысли и тактика выдвижного ящика определяют картину, где мистер диалектик шутит над известным Каммом: «Эксперты маркетинга всегда (!) полагают...», «Все работники профсоюзов настаивают на...» и т. д. Общественные организации, политические сторонники, профессионалы или тот, кто является эталоном, сортируются по принципу выдвижного ящика, по разделению на черное или белое. «Различайте», – предлагает диалектик, но лишь он один пытается установить эти рамки.

Вот открыли первый ящик, где не без усилий предлагается односторонний ход мыслей, о чем и заботится в разговоре диалектик. Черно-белый контраст господствует в картине, для других цветовых оттенков времени, как всегда, не хватает. Редко такое положение вещей способно отразить действительность, но с другой стороны, не создает ли диалектик свою собственную действительность? Возможно, так представляется диктаторская видимость мира «Я есть» и, как неизбежность, «Ты есть».

Возможные реплики.

«Есть желающие?! Нет».

«Действительно всегда?! Нет».

Методика, скрывающаяся за данной техникой или игрой, опирается на следующие цели:

- добиться неформальности ведущего;
- оценить прямое или косвенное вмешательство других;
- допустить возникновение сомнений к данной персоне или в компетентности других;
- обратить внимание на возражения или парадоксальные высказывания;
- внушить слушателю значимость его понимания.

Общепризнанно и нас удивляет, что прародитель диалектики Руперт Лэй все-таки отказался от «солидарно мотивированной» диалектики и на своих семинарах обучает нечестной диалектике. Лучше поздно, чем никогда.

Поразительно, что один «духовный мастер», чье имя не будем упоминать, учит применять нечестную тактику и как лучший пример – использует практику демонстрации и инсценировки.

Разумеется, копые мистера диалектика, мы тоже хотим сломать, так как понимаем, что он не способен ни на что другое, нежели продолжать играть в свои игры. Эгоцентрично он выстраивает свой путь нерушимой коммуникации. Наконец, для него является целью только то, что он себе намечает или уже наметил. Самовлюбленность не имеет границ.

Но если диалектик все же не достиг цели, есть еще *последняя игра* .

## Игра «Максимум»

«Главное – выиграть» для диалектика иногда значит навязать собеседнику желаемое развитие разговора. Итак, он может быть резким, несмотря на это ловким, может отказаться от своей точки зрения в пользу победителя и добавить: «В сущности, я тоже придерживаюсь такого мнения, только хотел еще раз проверить нашу (!) позицию, исходя из интеллектуальных побуждений...» Кто бы говорил...

Мистер диалектик принадлежит к типу людей-победителей, он просто должен им быть или поддерживать людей, отстаивших свое вербальное превосходство. В конце концов, он большой коммуникационный игрок.

Часто можно услышать в Парламенте, как один депутат грубо говорит другому: «Закроете вы, наконец, свой рот!»

Исполняющая обязанности президента Анти Вольмер Шрайнер однажды была вынуждена призвать людей к порядку и получила в ответ: «Такое бывает, госпожа президент!» Вольмер ответила: «Да знаю, вы собираете подобные выражения».

Кстати, один из управляющих японской фирмы «Toyota» сказал: «Кого действительно стоит бояться, как конкурентов, так это немцев, если бы они научились общаться между собой. Но общение – главная их слабость».

Уверен, вам вспомнились и другие игры, пожалуйста, не поленитесь записать. Пригодится.

## Часть третья Инструментарий

### Структурное построение речи или заявления

Для успешного создания хорошего доклада, убедительной речи или удачного заявления важным является структура.

Если вы сами не знаете, какая структура лежит в основе вашей речи, как тогда рассчитывать на понимание слушателя?

Последовательный структурный план поможет вам донести смысл до публики.

Так называемые планы из пяти пунктов берут свое начало в диалектике. Их цель – показать четкий аргументационный ход мыслей. Основоположником плана из пяти пунктов принято считать профессора и доктора Гельмута Гайснера. Хотя рецепта на все случаи жизни не существует, нужно постоянно держать ориентир перед глазами и научиться обдумывать свою речь заранее, составлять ее структурно.

Как только вы научитесь сопоставлять различные планы, поймете, что постановка цели зависит исключительно от вас самих. Если статья объединяет в себе несколько различных аргументов, нужно проверить, нет ли противоречия с общим смыслом доклада.

Вопрос: *Какую информацию несет ваше послание?*

*Кстати:*

Составив несколько речей с помощью структурного плана, поймете, как данное умение полезно и важно, и не сможете обходиться без него, причем формулировать основные составляющие своей речи со временем вы будете без особого труда.

#### 1. План замкнутой структуры

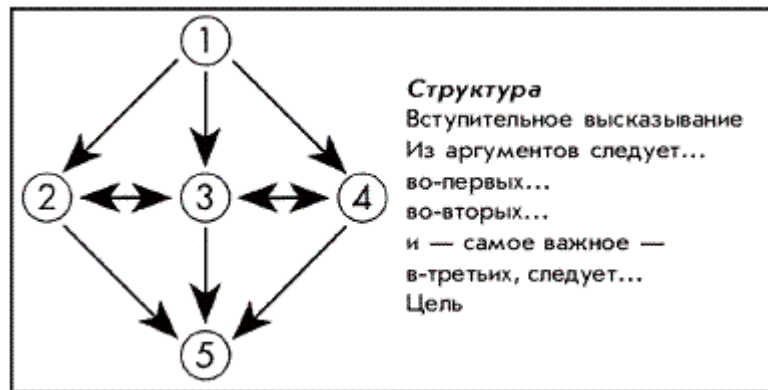
План представляет собой общепринятое подразделение на:

- введение;
- аргументационную основную часть;

- заключение/суть или выводы.

В фактической и разложенной по пунктам основной части все аргументы должны быть равноправны, а каждый шаг – понятным слушателю.

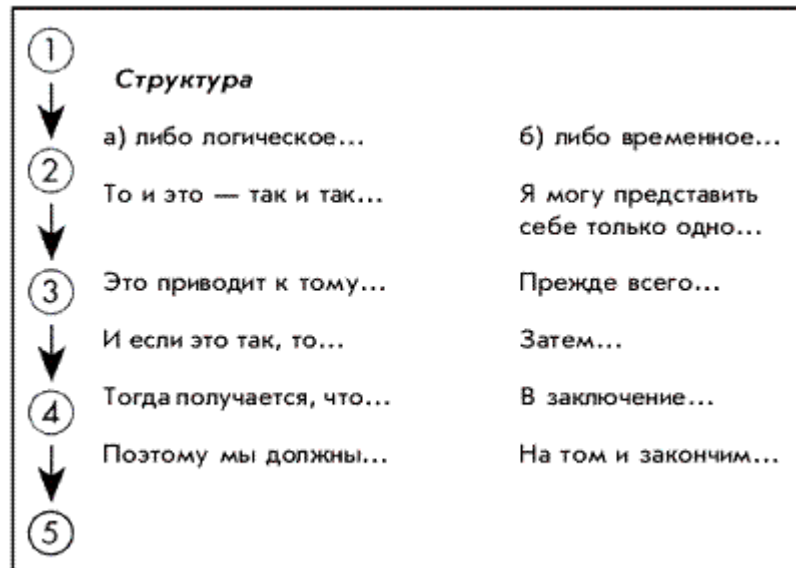
Целью плана является детальное представление комплексной темы (или целой статьи).



## 2. Цепочка

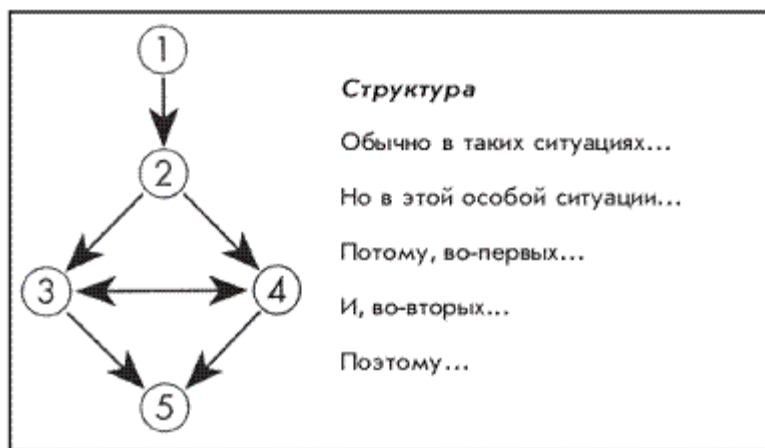
План-цепочка строится по другому принципу, нежели план замкнутой структуры. Пункты связаны между собой прочной логической связью, либо четкой временной последовательностью, на что и ориентируется внимание слушателя.

Цель – указать важность временных и логических связей, приводящих, в конце концов, к логическому выводу, исключая все сомнения.



## 3. От общего к частному

Структурный образец «От общего к частному» представляет собой формулирование сути посредством описания какой-либо ситуации или предположения, общая постановка задачи рассматривается как признанная или общепринятая.

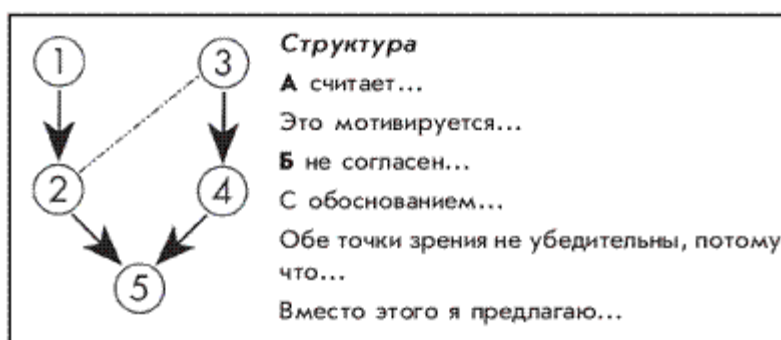


В результате анализа находится единственное решение. Исключение из правил подчеркивается.

#### 4. Ценное сравнение

Суть высказывания выводится из сравнения двух противоположных позиций, где основные аргументы/доводы оппонентов рассматриваются по возможности объективно, а собственное мнение объявляется только после представления обеих позиций.

Постановка цели может, и должна быть направлена на то, чтобы спокойно обесценить изображенную позицию и обрисовать ее как недостаточную или недоработанную. Таким образом, возникает необходимость третьей позиции – вашей!

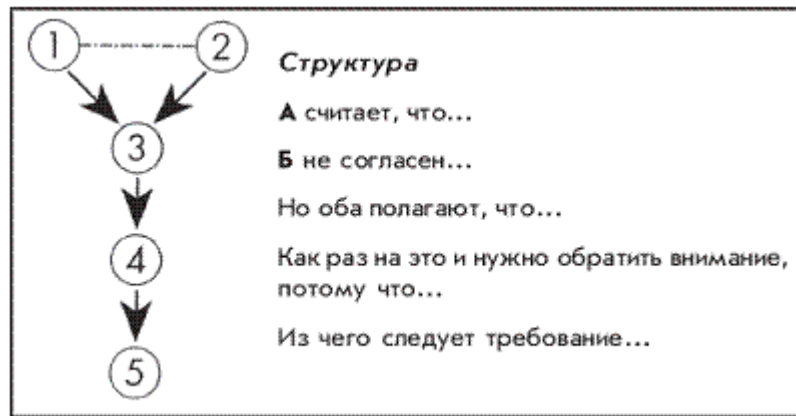


#### 5. Искусственно подобранный компромисс

Как и при сравнении, в случае с компромиссом присутствует две противоположные позиции, правда в данном случае речь идет о синтезе, а не о противопоставлении. Необходимо найти объединяющий оба положения пункт и, основываясь на нем, построить целевое предложение и сформировать общую линию.

Цель – найти компромиссное предложение.



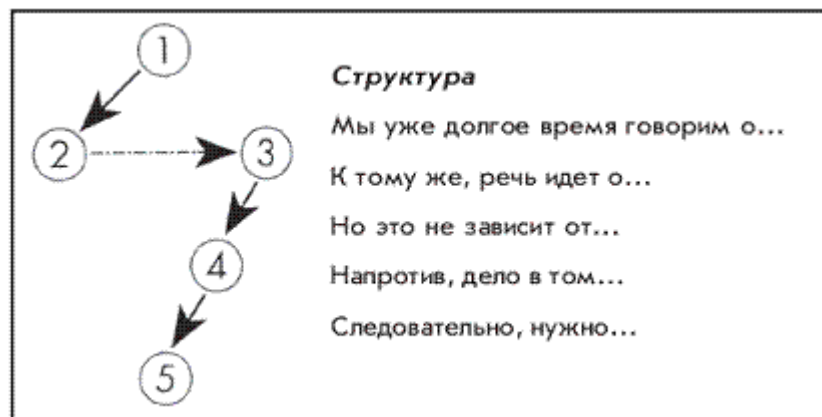


## 6. Противоположные мнения выносятся за скобки

Иногда складывается ситуация, когда необходимо устранить влияние противоположного мнения. Для этого основную позицию, высказывание или мнение представляют как заблуждение или нелогичную, неподходящую, запутывающую слушателя информацию. Исключив не устраивающую вас позицию, вы развиваете свою собственную.

Цель – коротко и ясно исключить позицию собеседника и предложить свою собственную.

**Зачем нужны структурные планы?**



**Задумайтесь, КАК БЫ ТО НИ БЫЛО, каждый доклад несет в себе определенную суть, которую и нужно донести до слушателя.**

**Поняв структуру доклада (составленную вами структуру!), слушатель поймет вас!**

## Вступление и заключение в докладах и заявлениях

Как для начала шахматной партии, так и для доклада или заявления существует множество вариантов. Разумеется, вступление траурной речи будет отличаться от вступления юбилейной речи.

Но основное правило для всех открытых мероприятий одно:

*«Не заставляйте публику скучать!»*

Далее представлен пестрый калейдоскоп вступлений и заключений, не зря существует старое золотое правило:

*«Встречают по одежке, а провожают по уму!»*

Или в другой формулировке:

*«Первое впечатление решающее, но остается последнее».*

Вступления и заключения можно разделить на два основных вида:

- 1) материальные, фактические;
- 2) предполагаемые, образные.

Если вы решите удивить публику статистикой или рисунком, то это первый метод, а если предлагаете зрителю представить час пик на 5-й Авеню в Нью-Йорке, то это уже метод № 2.

Оба способа можно варьировать как вам угодно, все зависит от ваших творческих способностей, главное – чтобы подходило к сложившейся ситуации.

Попробуйте забыть стандартные вступления, ведь ничто так не навеивает ужасную скуку, как одно и тоже привычное:

*«Уважаемые дамы и господа!*

*Я так рад, что мне выпала большая честь начать наш семинар на тему...*

*Разумеется, я надеюсь, что вам интересно...»*

Отнеситесь к вступлению и заключению творчески.

Главное сделать их максимально четкими и по возможности недлинными.

Выйдя на трибуну, дайте публике время, чтобы она могла одарить вас вниманием, а потом говорите.

Ни в коем случае не начинайте словами:

«Привет?! Вы меня слышите?... В последних рядах хорошо слышно?... Как звук? Громкость нормальная?!» – теперь можно обойтись без вступления!

Возможности не ограничены.

### **Впечатляющая статистика, даты, факты**

Пример.

*«Дамы и господа, вам когда-либо приходилось задумываться, что около 54 % мирового населения – женщины, что их больше одной трети всех работающих на немецких предприятиях, на них приходится почти две трети всех рабочих часов, но получают они в среднем 75 % от оплаты работающих мужчин. Дорогие дамы, вам этого не достаточно?»*

### **Выразительные фотографии, убедительные иллюстрации**

Пример.

Тема доклада: «Предприниматель сегодня».

*«Классический предприниматель сегодня кажется представительным, благодаря... (фотопроекция: доктор Юрген Шнайдер в наручниках, сопровождаемый полицейскими)... благодаря таким белым воронам и создается имидж целой отрасли...»*

### **Меткое описание, взятое из собственного опыта**

Пример.

*«... и потому прошу вас: не хлопайте дверью перед носом мужчины, нуждающегося в вашей помощи. Кто даст гарантию, что вы не окажетесь на моем месте?»*

### **Веселые цитаты, сказки, анекдоты, шутки**

Пример.

*«Дамы и господа часто говорят: „Сотрудник – это соучастник наших мыслей и дел“. Но действительно ли он соучастник? Может просто приставка со-?»*

## Логический переход от человека к теме

Пример.

*«Как защитивший кандидатскую диссертацию по теологии, должен вам признаться, что я управляюсь с темой своего доклада, как молодая особа с ребенком, добавлю, для теолога нет ничего из ряда вон выходящего. Часто человеку навязывают тему, по которой он не способен компетентно высказаться. Неужели так должно быть?»*

## Тематические выдержки из прессы, радио и телевидения

Пример:

*«Открыл сегодня утром „Мир“ и на одиннадцатой странице обратил внимание на крупный заголовок, касающийся компании „Shell“:*

*“Будет ли жизнь после беспорядка, устроенного PR?”»*

## Подходящие сравнения из других сфер жизни

Пример.

*«Нынешнего предпринимателя можно легко сравнить с лошадьё, пашущей по 16 часов в сутки, тянущей телегу, застрявшую в грязи, иногда даже удачней будет сравнить с ослом, из-за своей глупости продолжающего так вкалывать. Соответствует действительности?...»*

## Скрытое двойное значение, вербальная изворотливость

Пример взят из выступления артиста:

*«Я – Йохан Мюллер. Лучший комик Германии (пауза)... так однажды ко мне обратились...»*

## Вступительные и заключительные вопросы

Пример заключения.

*«... потому возникает вопрос: „Сколько вы еще будете смотреть со стороны, ничего не предпринимая?“ – окинуть взглядом публику и сесть, молча.*

## Дозированная провокация и ирония

Пример.

*«Дамы и господа, статистика подтверждает, что человек, который курит трубку, живет на два года дольше некурящего.*

*Нельзя сказать, что курящий – исключительно здоровый человек, просто в принципе это спокойный человек, менее подверженный стрессовым заболеваниям нашего времени...»*

## Серьезно сказанные (и также воспринятые) комплименты

Пример.

*«Как здорово, спустя три года пребывания за рубежом, снова увидеть родные лица. Знакомых, с которыми ночи напролет приходилось искать решения вопросов программного обеспечения, друзей, сотни раз меня поддержавших в трудных ситуациях. Как приятно вновь оказаться в доверительном кругу!..»*

Кстати, деловые темы тоже могут вызвать поток положительных эмоций!

## **Провоцирующие и требующие утверждения высказывания**

Пример.

*«Вы уже неоднократно слышали, и я тоже утверждаю, что химическая индустрия (например случай с „Shell“ доказал) сегодня противостоит окружающему миру, чего раньше мы даже представить себе не могли!*

*Уважаемые господа, вы действительно полагаете, что худшее уже позади?»*

## **Внедрения предыдущего оратора, предыдущая тема**

Пример.

*«Уважаемые дамы и господа, доктор Мюллер сказал “Ничего – это больше чем раньше”. Но о чем шла речь, о Раньше, Большие или Ничего? Давайте глубже рассмотрим этот вопрос...»*

Но будьте осторожны! Не высказывайтесь негативно о предыдущем ораторе, не старайтесь ставить под вопрос или разбирать высказывания выступавшего перед вами человека. Скорее всего, это настроит публику против вас, поскольку вы еще не сделали свой доклад и не заработали ее симпатии.

## **Плакаты с графиками, диаграммами, впечатляющие модели и другие объекты для обозрения**

Пример.

*«Уважаемые дамы и господа, то, что сейчас находится у меня между большим и указательным пальцами, такое маленькое, едва заметное – девятое чудо света. Микрочип. И какой! Его вместительная способность 100 гигабайт, а стоимость около 1000 DM. Это маленькое творение способно вместить в себя информацию всех когда-либо существовавших на земле книг. Такой крошечный – и так много вмещает».*

*PS. Пока вы не стали проверять информацию, спешу сообщить: такой микрочип – плод моего воображения. Сожалею.*

А как будет обстоять дело с методом № 2?

*«Уважаемые дамы и господа, микрочип, который я держу в руке, обладает памятью лишь 1000 байт. Но представьте себе, если бы его память была в 1 000 000 раз больше настоящей. В компьютерном мире произошла бы революция?...»*

## **Постоянное повторение ключевой фразы**

Древним временам мы как-то больше доверяем. Постоянно повторяющаяся мудрость может быть во вступлении, в основной части и в конце.

В классической литературе это звучало так: «... мое мнение: Карфаген должен быть разрушен...»

## **Сокровищница «хроники»**

Пример:

*«1 февраля 1883 года немецкий ученый Роберт Майер сделал далеко идущее открытие... а в тот же день 100 лет спустя...»*

Использование сценарной техники

Пример.

*«Представьте себе...»*

Зритель оживляется, когда приходится представлять определенный сюжет, суть

передается образно.

### **Неожиданные события**

Пример.

*Поверх фотографии докладчик кладет кусочек полиэтилена. Фотография нечеткая!  
«Вот, – начинает он, – таковы наши знания о клиенте. Мы говорил о нем, хотя сами не знаем его. Совсем не знаем».*

### **Остроумно, но не на тему**

Пример.

*«Уважаемые дамы и господа,  
мой доклад можно сравнить с мини-юбкой.  
Длина рассчитана лишь на самое существенное,  
коротко и интересно.  
И при этом мне бы хотелось еще показать ножку...»*  
Главное, не сказать лишнего, иначе люди могут принять тебя за мужчину/женщину легкого поведения!

### **Заключение или переход к дискуссии**

Пример.

*«... и потому я рад интересной дискуссии – разумеется, после короткой паузы на чашку кофе... Продолжим через 15 минут!»*

### **Ситуативное вступление или заключение**

Вы рассчитывали на обычную беседу за столом – ничего страшного: раз ситуация изменилась, можно легко подобрать выступление.

Пример.

*«Итак, по программе мое выступление после слоеных пирожков, но так как вы меня не слышали, другого выхода нет. Вы уже видели меня в деле...»*

### **Приглашение к действию**

Пример.

*«Уважаемые дамы и господа, покажите на что-нибудь указательным пальцем.  
Старая китайская поговорка гласит: “Прежде чем показать указательным пальцем, поверни руку в другую сторону”.*  
*А теперь давайте разберемся. Когда указательный палец вытянут вперед, три других смотрят на вас и спрашивают:*  
*– А что ты сделал, чтобы исправить ситуацию?*  
*– Почему ты все перекладываешь на собеседника?*  
*– Есть ли смысл в твоём указании?*  
*Оставаясь честным с самим собой, ответьте на все вопросы и можете указывать на других...»*

Желаю удачи в составлении ваших следующих докладов, правильных вступлений и заключений.

### **Типичные ошибки в докладах и коротких речах**

Предложенный ниже ряд ошибок, совершаемых очень часто при подготовке доклада, поможет вам основательно проанализировать процесс составления речи.

Пожалуйста, уделяйте достаточно времени подготовке. Плюс ко всему, важным фактором является определение целевой аудитории и соблюдение направленности на нее.

### **Отсутствие четко сформулированных ключевых высказываний**

Что относительно темы вы хотите преподнести публике? – Главная мысль должна проходить через весь доклад красной линией.

Формулируйте основное высказывание предметно/по существу, одновременно не забудьте про характер обращения.

Пример.

*«Генная инженерия – ответ на многие проблемы питания будущего, если бы еще подходить к этому ответственно!»*

Высказывание должно отражать вашу тему, как в зеркале, и одновременно давать ответ на поставленный вопрос, то есть с помощью одного лозунга через весь доклад должен проходить ответ.

### **Донести основное высказывание до невнимательного слушателя**

У вашей публики, точнее сказать, у каждого отдельного ее слушателя или зрителя в подсознании есть вопрос, на который он ждет ответа во время доклада. Какое отношение это имеет ко мне? Как данная тема касается моей жизни, моих мыслей, дел и чувств?

Информационная ценность вашего реферата или обращения должна кульминировать не *для себя*, а *для меня*, причем такая постановка вопроса ориентируется на пример из личного опыта, что помогает сконцентрировать внимание слушателя.

### **Переоценка восприимчивости**

Слушатель может воспринять лишь ограниченное число высказываний. Уже через час 95 % услышанного забывается. А то, что остается, подвергается так называемой *ассоциативной фильтрации*. Ваша публика воспримет ту информацию, для которой она подготовлена.

Итак, сократите ваше выступление в пользу восприимчивости публики. Лучше привести пример, чем погрязнуть в бесконечных деталях. Примеры запоминаются, объясняют или даже углубляют содержание речи.

Смысл докладов на узкоспециальные темы чаще всего не доходит до слушателя, потому что так называемые эксперты обычно представляют информацию в «абсолютно размытом виде» и это утомляет публику.

«Лучше меньше, да лучше!» – простой принцип, но он часто забывается докладчиком. Или лучше сказать: «Краткость – сестра таланта!»

Если бы большинство ораторов, читая свои доклады, были так же избирательны, как при использовании приправ для приготовления блюд, мы бы присутствовали при лучших выступлениях. Готовя блюда, можно отказаться от некоторой дозы приправ, а вот при подготовке доклада дозировка объема проблематична.

Нет пощады ни оратору, ни публике. Достигнув цели, постарайтесь сразу поставить точку. Не нужно лишнего. Глупец тот, кто считает, что если публика не покидает зал, значит, она слушает.

### **Посредственная или недостаточная подготовка**

Речь рождается не на языке, а в голове. Найдите время, чтобы профессионально подготовить доклад. Будь то небрежность, нехватка времени или сомнение в себе – в результате сказывается недостаток подготовки, что негативно влияет на весь доклад. А на карту поставлено немало: ваш имидж, ваше сообщение, уважение публики.

Ошибки в подготовке – это мины замедленного действия, которые могут взорваться как во время доклада, так и после него, во время обсуждения.

Если нечего сказать – лучше помолчите. Не нужно повторять уже сказанное другими словами.

Вспомните руководителя, говорящего непринужденно, без бумажки, иногда подыскивающего нужные слова, но спонтанно и уверенно делающего заявление. Осторожно, в этом и заключается искусство докладчика. Либо за этой речью скрывается целая уйма невидимой работы, либо человек произносил данные слова уже неоднократно.

Ах, да, натуральность! Прекрасно, но есть ли она у вас? Если есть, то спасибо, что, несмотря на это, приобрели данную книгу.

### **Неправильная оценка аудитории**

Вы получили приглашение на симпозиум от своего коллеги, остается надеяться, что слушатели окажутся специалистами вашего уровня. Осторожно, вы уверены, что так и будет? Если да, то рассчитываете ли вы блеснуть знаниями по указанной теме, и будет ли это актуальным в данной ситуации?

Представьте, вы активный представитель общества проповедников, выступающих по воскресеньям в церквях и читающих каждый раз одно и то же, тем самым заставляя прихожан скучать. Если вы хотите произвести впечатление на коллег, зачем тогда все остальные слушатели?

Пожалуйста, уточните целевую аудиторию и состав публики. Нобелевскую премию присуждают за теорию, а не за теоретические труды оратора.

Жеманство или излишняя эмоциональность, разумеется, не уместны, иначе впечатления будут не в пользу оратора. Немаловажна и актуальность тематики.

Вспомнился пример, когда одаренный специалист умудрился из 45 минут отведенного на доклад времени 35 минут зачитывать тексты, подчеркивая в них научные термины, на толкование и применение которых раньше, разумеется, времени не хватило.

Однажды, после службы в церкви (в подобном духе), старый прихожанин сказал: «Хорошо хоть петь умеет!»

Доклад – это не разговор с самим собой, ваше послание должно быть ориентировано на целевую аудиторию. Никогда не забывайте, что перед вами люди, у которых только один вопрос: «А какое отношение это имеет ко мне?»... и они ждут ответ на него.

### **Где ваша «красная нить»?**

Допустим, последовательно расположенные факты и события, анекдоты и примеры подаются легко и свободно, но этого недостаточно. У зрителя может возникнуть справедливый вопрос: где основная линия темы?

В докладе должен присутствовать ориентир, ваша направленность на слушателя. Если не получается построить смысловую линию, то как аудитория сможет ее уловить?

Возможностей для правильной передачи информации масса, например:

- визуальное представление структуры доклада;
- объявление плана речи («Я построил свой доклад следующим образом...»);
- в завершение – краткое резюме, подведение итога;
- «пирамидальная структура»;
- диалектическое правило «пяти пунктов».

Пожалуйста, обратите внимание: не достаточно иметь структуру в голове, нужно еще донести его до публики.

Например, можно предложить визуально представить структуру с указанием конкретного пункта, который вы в данный момент раскрываете. Предлагая просмотреть какой-либо иллюстрирующий материал, представьте слушателям свой доклад в двух плоскостях (зрительной и слуховой).

Для подробного изучения методов составления заявлений и применения визуальных методов советую книгу «Искусство визуальных методов» (см. список литературы).

Учтите, что ваша аудитория внимательно слушает доклад и формирует свое отношение к предлагаемой вами информации. Как только вы скажете: «Вот структура», – сразу объясняйте *эту* структуру.

### **Постоянное чтение**

Разумеется, от такой дурной привычки можно избавиться, хотя многие ораторы полагают, что, читая, они делают свой доклад неуязвимым.

Чтение не только вредит динамике выступления, но и отключает мыслительный аппарат, плюс ко всему вызывает неодобрение публики.

Вместо прочтения доклада было бы лучше раздать зрителям его копии: они тоже могут читать.

Говорите вы или читаете, слушателю необходимо пояснение.

То же касается экранных презентаций.

Изображение на экране должно дополняться или сопровождаться речью. Иногда возникает необходимость повторить сказанное. Как правило, комментатору сюжета или другого предлагаемого для просмотра материала необходимо говорить быстрее, нежели обычному докладчику. Так или иначе, это не столь важно.

Вот некоторые рекомендации:

· Выпишите на отдельный лист основные реплики, используйте его как шпаргалку. Подчеркните ваши личные формулировки.

· Используйте визуальные средства для помощи, чтобы подчеркнуть или пояснить основную мысль.

### **По одежке встречают, по уму провожают**

Тщательно подготовьте:

· четкое вступление к теме;  
· понятное логическое заключение. Именно заключение – лучшая возможность подчеркнуть заинтересованность публики в данной теме.

Несправедливы те докладчики, которые не контролируют понимание присутствующих, неожиданно отходят от темы и снова к ней возвращаются, в то время как публика даже не осознала произошедшее.

Старое правило менеджмента «Первое впечатление решающее, но остается последнее!» означает, что вам не нужно:

· в приветствии говорить публике, что вы очень рады видеть столько интересующихся данной темой (особенно если в зале есть свободные места!);

· благодарить публику, воспринявшую доклад с (слабым?) интересом.

Вместо этого проведите параллель между вступлением и заключением, объясните людям, почему эта тема – ваша и на какие мысли и действия направлено заключительное обращение.

**Think big... говорят американцы, что значит «зри в корень»**



Не потеряйтесь в деталях, не запутайтесь в подробностях. Лучше составьте развернутый план. Доклад есть доклад. На вопросы, касающиеся деталей, можно ответить в обсуждении после выступления. Доклад должен раскрывать тему, а не формулировать.

Наберитесь смелости!

### **Давайте каждому «второй шанс»**

Хочет он того или нет, делая хороший доклад, оратор заставляет публику задуматься. Услышанная информация забывается уже через короткий промежуток времени, а вот вызванные ею мысли остаются.

Кстати, часто оказывается, что вы говорите в 7–8 раз быстрее, чем человек способен уловить передаваемую информацию. Можете проанализировать свой темп речи?

Давайте слушателю возможность все обдумать. Хороший шанс для этого возникает, когда оратор делает короткие паузы.

Похожий эффект дает повторение предложений, несущих в себе важную мысль. Можно просто сказать: «...и потому повторю еще раз, что...»

Согласитесь, создать теплую атмосферу вначале общения намного легче, чем в дальнейшем пытаться что-либо изменить. Просто будьте добры к публике.

### **Прокручивайте «кино в голове»**

Людям нравится, когда события или доклады, тезисы и эпизоды представлены образно.

Потому попытайтесь подготовить доклад или обращение так, чтобы полученную информацию было легко представить. Предложите присутствующим создать зрительные образы, которые помогут им прочувствовать ваш доклад.

Вы говорите о связи теории и практики? Хорошо. Не забудьте упомянуть, что *«каждый, кто идет путем проб и ошибок, подобен человеку, бредущему по зеленому лугу, где можно найти восхитительные, яркие цветы. Но до него по лугу прошли коровы, так что риск найти цветок или вступить в то, что они оставили, примерно одинаков...»*

Пример не подходит? Отлично, найдите свой образ.

**Пожалуйста, проанализируйте свои последние доклады. Что заставляло ваших слушателей скучать?**

Не забывайте:

**ваша публика – словно прекрасная роза: хороший уход, и она цветет роскошно!**

У многих ораторов противоположное мнение:

**«Если публика в центре внимания – это мешает докладчику раскрыть саму тему».**

**Новая, эффективная и действующая техника постановки вопроса**



Как и раньше, так и в наши дни актуально правило общения «Кто спрашивает, тот и ведет».

Причем обратите внимание: вопрос, как техника или инструментарий, сам по себе нейтрален, но стоит его использовать, так как вопрошающий теряет свою нейтральность.

Вопросы могут контролировать или провоцировать, опровергать информацию или обнаруживать интерес, налаживать или прекращать контакт.

Постепенно в нашей повседневной школе общения (особенно у журналистов) техника постановки вопросов превращается в разносторонний инструментарий, подразделение на вопросы в настоящее время стало четче и специфичнее. К сожалению, на большинстве семинаров по риторике и общению этому уделяется мало времени. Хотя правильно поставленный вопрос – оружие оратора.

Выбор техники постановки вопроса зависит от спектра интересов.

Считаю недостаточным просто привести список классификации вопросов.

Педагогической деятельностью различных журналистских школ предусматривается подробное изучение разных типов вопросов, что в дальнейшем дает стимул к их употреблению.

*Примечание. Для тех, у кого возникло желание углубить свои знания по данной теме, предлагаю потренироваться составлять вопросы после приведенных примеров. См. далее.*

Кроме того, вы поймете, какие формы похожи, какие трудны для вас. Иногда может показаться, что невозможно поставить вопрос, например из-за короткого контекста.

Вопрос – это незаменимый инструмент для формирования процесса общения, так как с его помощью вы можете:

- спровоцировать,
- выяснить достоверность информации,
- внушить,
- подбодрить,
- переключить внимание на нужную вам тему или человека,
- мотивировать,
- узнать об опыте,
- уловить отношение,
- потребовать объяснений,
- вызвать описания и многое другое...

Что принципиально решаете вы: выбрать открытую форму – прямой вопрос, либо закрытую форму – косвенный вопрос.

### **Специальный, общий и разделительный вопросы**

Цель *специального* вопроса получить подробный, объясняющий, обоснованный или повествовательный ответ, а не просто «да» и «нет». Начинается такой вопрос с вопросительного слова кто/что/когда/где/отчего/почему/куда и так далее.

Задавая специальный вопрос, вы рискуете получить лавинный ответ, который придется сокращать или останавливать.

Пример.

*«Не могли бы вы рассказать, почему решили предпринять данную поездку?»*

*«Кто виноват, что бочка переполнилась?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

Цель *общего* вопроса – ограничить ответ опрашиваемого или даже предложить вариант ответа.

Вопрос Да/Нет

Такая инквизиционная форма предлагает опрашиваемому четкое определение его позиции, решения, подтверждения слова или дела.

Но, будьте осторожны: можно попасть в зависимость от фактов, хотя чаще оказывается, что важна сама мотивировка решения или необходимы пояснения.

Пример.

*«Вы припарковались перед отелем?»*

*«Разве не лучше было бы поехать на поезде?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

Другим видом общего вопроса является *вопрос-осведомление*.

Осведомление – закрытая форма вопроса: запрашивается конкретная информация, так сказать закрытый факт, конкретное сообщение.

Пример.

*«Когда вы приехали в Мюнхен?»*

*«Какое средство передвижения вы выбираете, когда курсируете между Берлином и*

*Гамбургом?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

Проверку информации можно представить в компромиссной форме, так сказать полузакрытым вопросом, ограничивающим ответ предложенными вариантами. Вы уже догадались, что речь идет об альтернативном вопросе и союзе или.

Цель альтернативного вопроса – получить содержательный и одновременно ограниченный ответ, который обычно звучит в самом вопросе.

Пример.

*«В каком регионе расположено ваше предприятие, в Баварии или Саксонии?»*

*«Вы добирались в Нойнкирхен через Альнер или Ингерсау?»*

*Составьте, пожалуйста, свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Прямой и косвенный вопросы**

Прямой вопрос сигнализирует об открытой или прямой коммуникации, где объяснение ситуации стоит на первом плане, прослеживается четкая связь между тем, кто задает вопрос и темой/персоной.

Разумеется, прямая постановка вопроса не дает гарантии, что вы получите прямой ответ. Собеседник сам решает, ответить ему прямо, уйти от ответа или объявить, что он не будет отвечать на поставленный вопрос.

Пример.

*«Какова цель вашего визита в Кельне?»*

*«Вы действительно добирались четыре часа?»*

*Составьте три своих вопроса по образцу:*

- 1.
- 2.
- 3.

Косвенные вопросы скрывают цель постановки вопроса или оцениваются как  
· *скрытая провокация* (вопрос передает мнение или оценку и требует подтверждения от собеседника).

Примеры.

*«Все говорят, что вы толковый водитель, для которого не существует предела скорости?!» – ну и в конце, разумеется: «Ведь так?»*

*«Политики охраны окружающей среды выступают за то, чтобы люди отказывались от снижения налога на автомобильный транспорт?!»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.

3.

Часто получается, что разделительные вопросы не всегда должны оканчиваться вопросительным знаком, скорее могут иногда.

Форма вопроса не прямой провокации явно требует подтверждения утверждения, то есть прямой вопрос не обязателен.

· *Вопрос-констатация* . Вы преднамеренно даете собеседнику еще одну цель вашего вопроса, то есть у него двойное значение.

*Пример из интервью.*

«Вы производите впечатление водителя с огромным стажем!?»

«Так и есть!»

«Сколько километров вы накатываете в год?»

«Около 70 000, где-то так».

«Уверен, у вас большая удобная машина!?»

«Да, Мерседес 500 SEL».

«Вас тревожит проблема ущерба, наносимого окружающей среде?»

*Составьте свой пример.*

...  
...  
...  
...  
...  
...

В общей сложности существует несколько типов вопросов.

### **Альтернативный вопрос**

Цель альтернативного вопроса – либо ограничить ответ, либо дать его конкретные варианты.

Психологически собеседника ведут в определенном направлении, в большинстве случаев человек принимает один из предложенных вариантов.

Бывают ситуации, когда альтернативный вопрос демонстративно предлагает лишь два ответа: либо/либо. Умный собеседник не примет ни то ни другое, но найдет другую альтернативу.

*Примеры:*

«Хотите кофе или чай?»

«Решение утопить нефтяную станцию в Атлантике несет в себе экологические или экономические основания?»

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

1.  
2.  
3.

### **Наводящий вопрос**

Цель наводящего вопроса – получить определенный ответ, повлиять на отношение человека к чему-либо. В подобных вопросах можно распознать личную оценку, человеческое понимание, приоритеты и другое.

В журналистской деятельности наводящему вопросу отводится особое место. С одной

стороны – в беседе присутствует напряжение, с другой – интервью движется в определенном направлении, четко к поставленной цели.

На деле часто возникают ситуации, когда на первый взгляд прямой, открытый вопрос при дальнейшем рассмотрении оказывается наводящим.

Прежде всего, наводящий вопрос – это подчинение, установка, преувеличение или обобщение, что, разумеется, несет в себе опасность. Вопрос может вызвать агрессию, когда, например, собеседник не хочет, чтобы им манипулировали.

В отличие от риторического вопроса ответ имеет значение.

Примеры.

*«Несомненно, вы одобрите наше обдуманное решение перебазировать предприятие?»  
«Разумные люди в наше время не верят в чудеса, вы ведь из их числа?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Провоцирующий вопрос**

Цель провоцирующего вопроса заключается в том, чтобы спросить о чем-либо, не затрагивая самой цели вопроса (откуда-то издалека).

Словно картинка из множества кусочков, действительность в глазах собеседника собирается из некоторого количества вопросов «с намеком».

Важно составлять безобидные вопросы, ни в коем случае не допускать хищной улыбки, выражающей что-то вроде: «Я тебя съем!»

Очень часто провокатору не хватает информации о действительном положении вещей, в чем трудно признаться. Не забывайте: за спрос денег не берут!

Провокационный вопрос Сократа стал знаменитым благодаря Платону. Сократ утверждал, что ничего не знает, и при этом задавал вопросы так ловко, что собеседник путался, давая противоречивые ответы, и, в конце концов, терялся.

Примеры.

1. На перекрестке сидит мужчина, известный лгун. Спроси его, какая дорога ведет в Нойнкирхен, он укажет неправильное направление. Итак, остается только один вопрос:

*«Какая дорога не ведет в Нойнкирхен?»*

2. *«Вы нашли стоянку перед гостиницей?»*

Если ответ на вопрос положительный, значит, вы говорите с водителем.

*Составьте, пожалуйста, свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Риторический вопрос**

Цель риторического вопроса – прояснить неясный, туманный или многозначный ответ, либо подтвердить уже сказанное.

В отличие от наводящего вопроса, риторический – не требует ответа.

В первом случае, когда вопрос имеет уточняющий характер, есть вероятность, что в разговоре он может вызвать сопротивление, несогласие.

Во втором случае беседа получает ироническую или юмористическую, или даже провоцирующую окраску. Не забывайте: чрезмерное употребление риторических вопросов пагубно влияет на процесс коммуникации.

Примеры.

1. *Мы видим, к чему привел перелет на самолете во время грозы нашего приятеля – к пакету.*

*«Тебя тошнит?»*

2. *«Итак, вы здесь со мной только потому, что при мне можно есть руками?»*

3. *«О каком транспортном средстве вы думаете, когда слышите слова „полностью кондиционированный вагон“, о вагоне первого класса в электричке?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры .*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Встречный вопрос**

Вы – король диалектики? Тогда ваша цель состоит в том, чтобы вместо ответа удачно сформулировать свой вопрос.

Когда в речи появляется слишком много встречных вопросов, то складывается впечатление, что человек не хочет рассказывать о себе, своих намерениях, о настоящем положении вещей.

Разумеется, встречный вопрос – это своего рода защита от расспросов или журналистских нападков (в интервью), это некоторая возможность перейти от частного к общему.

Примеры.

1. Вопрос: «Вы говорили об ориентированном на потребности дополнительном налогообложении, что это значит?»

Встречный вопрос: «А вы как поняли?»

2. Вопрос: «Вы говорили о неправильном руководстве. Где приходилось сталкиваться с этим в жизни?»

Встречный вопрос: «Не проще ли сказать, где каждому из нас приходилось не сталкиваться с этим?»

3. Вопрос: «Нас, разумеется, интересует, сколько потребуется времени на осуществление данного проекта?»

Встречный вопрос: «Возможно, было бы лучше сначала ответить на вопрос, какие сложности могут возникнуть?»

Пожалуйста, составьте свои примеры.

1. Вопрос:

Встречный вопрос:

2. Вопрос:

Встречный вопрос:

3. Вопрос:

Встречный вопрос:

### **Мотивационный вопрос**

Цель мотивационного вопроса – вовлечь собеседника в разговор, используя

позитивные высказывания, похвалу. Главное – освободиться от скованности, внести легкость в разговор.

Важным является и соблюдение некоторых рамок высказываний, постарайтесь не переборщить.

Примеры.

1. *«Что вы скажете о нашей проблеме как специалист?»*
2. *«Г-н Мюллер, вы интенсивно исследовали этот сектор, так что только вы сможете ответить на вопрос, что будет, если...?»*
3. *«Г-н Шульц, это как раз ваша тема, почему вы ничего не говорите?»*

*Пожалуйста, составьте ваши примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Шокирующие или провоцирующие вопросы**

Цель таких вопросов – вывести собеседника из равновесия посредством провокационного, ядовитого, остроумного или каверзного вопроса, либо с помощью провокации изменить точку зрения или шокировать.

Но будьте осторожны: собеседник решает позволить вам перешагнуть границу непристойности или невежливости. Такая постановка вопроса очень быстро приводит к прекращению разговора. Поэтому *проявите способность чувствовать!*

Пример.

1. *«Что вы скажете, как незаинтересованное лицо, по теме „интеллигенция“?»*
2. *«А, вы закончили учиться, и когда же пойдете работать?»*
3. *«Что вы понимаете под „руководством“, то же что и человек, говорящий шоферу садясь в такси: „Везите меня куда-нибудь, такие люди, как я, нужны везде!“?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Вопросы контролирующие или подтверждающие**

Цель контролирующих или подтверждающих вопросов – получение подтверждения обстоятельств дела, уточнение результата или прояснение спорной информации. С вопросами такого типа часто сталкиваются в юриспруденции.

Примеры.

1. *«Итак, мы остановились на контрольном вопросе?»*
2. *«Хорошо, значит, вы подтверждаете, что 19 июля 1995 года в 17 часов г-н Мюллер находился в своей комнате?»*
3. *«Это значит, вы уже знали, что...?»*

*Пожалуйста, составьте свои вопросы.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Вопросы Сократа (тропой подтверждений)**



Собеседнику задается множество вопросов, отвечая на которые, он, в конце концов, понимает, что последний из них он уже не может отрицать.

Построение требующих подтверждения вопросов зависит от контекста и имеет логическую направленность.

Пример.

*«Итак, вы полностью задействованы на работе?» – «Да!»*

*«И задействованы в благополучии вашей фирмы?» – «Да!»*

*«Но вы видите, что наше производство переживает глубокий кризис?» – «Да!»*

*«Несмотря ни на что вы хотите сохранить работу?» – «Да!»*

*«Тогда, не сомневаюсь, вы поддержите решение урезать вам зарплату?» – «...!»*

*Составьте, пожалуйста, свой пример.*

*... – «Да!»*

*... – «Да!»*

*... – «Да!»*

*... – «...!!!»*

### **Шаржирующие, утрированные вопросы**

Цель утрированного или карикатурного вопроса – поставить сказанное под сомнение или преувеличить. Причем цель такого преувеличения может быть различна, например, желание склонить собеседника к конкретному высказыванию или пошатнуть его уверенность в каком-либо высказывании, которое он определенно неправильно понимает.

Примеры.

*1. Кто-то сказал, что ваш сотрудник во время деловой поездки умудрился провести несколько дней на море.*

*Вопрос: «Совесть у вас есть, едете в командировку, чтобы на море загорать?»*

*2. В автобусе дальнего следования пассажир жалуется на отсутствие удобств.*  
*Вопрос: «Кажется, вы и горошину под матрасом почувствуете?»*

*3. После падения берлинской стены для восточных немцев кое-что изменилось, вот высказывание по этому поводу.*

*Вопрос: «Итак, для восточных немцев кое-что изменилось, скажите вы, а сами восточные немцы, по-вашему, не изменились?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

*1.*

*2.*

*3.*

### **Удостоверяющие вопросы**

Цель данной формы вопроса – запрашивать факты или обстоятельства дела, конкретизировать или фиксировать информацию.

Обычно вопросы начинаются со специальных слов «что», «как» и так далее.

С журналистской точки зрения такая форма называется вопрос-дознание и, в отличие от интроспективных или оценочных вопросов, позволяет выяснить мысли, чувства, мнение опрашиваемого, создать научную или информационную базу.

Примеры.

*1. «Сколько сотрудников вы сократили благодаря рациональной структуре управления*

*предприятием?»*

- 2. «Вы сегодня снова стояли в пробке?»*
- 3. «Сколько вы уже занимаете руководящий пост?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Повествовательные или событийные вопросы**

Целью подобных вопросов является выяснение размышлений, наблюдений или восстановление пережитых фактов опрашиваемого человека.

Такая постановка вопроса часто встречается в зале суда, где адвокат, например, пытается получить нужные доказательства, проиллюстрировать свои наблюдения фактами.

Отличительные признаки: открытое, нейтральное формулирование, ни в коем случае не убеждающего и не наводящего характера.

*Примеры.*

- 1. «Г-н Бредмайер, с четырех лет вы мечтали стать священником, почему после защиты докторской диссертации вы отказались от поставленной цели?»*
- 2. «Расскажите нам, пожалуйста, почему, по вашим наблюдениям, обострился конфликт, что произошло 13 мая 1995 года?»*
- 3. «Чем отличается ваш нынешний проект от предыдущего?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Конкретизирующие вопросы**

Цель – заострение внимания на определенном мнении, точке зрения или выявление последствий. Отличительные признаки данной формы вопроса: «точно», «в частности», «конкретно», «например» и т. д., либо просьба привести конкретизирующий пример.

*Примеры.*

- 1. «Вы говорили о социальной справедливости, что именно вы имеете в виду?»*
- 2. «Можете привести пример, поясняющий данное утверждение?»*
- 3. «Что значит для вас понятие “социальные рамки” конкретно?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Интроспективные (самоанализ) или оценочные вопросы**

Цель таких вопросов – выяснение личной оценки известных обстоятельств или положения вещей, специфической точки зрения или получение предположительного определения.

Открытая, нейтральная формулировка располагает к беседе, старайтесь избегать

всевозможных приписываний или убеждающих элементов. Также от собеседника можно потребовать дать исчерпывающий ответ, пояснить мысли, реакцию или дело.

Пример.

1. *«Как вы лично расцениваете немецкое производство?»*
2. *«Когда вы думаете о вчерашнем совете директоров, что проносится у вас в голове?»*
3. *«Каковы, по вашему мнению, допустимые требования населения, если оно объявляет двухнедельный бойкот нефтяному концерну?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Сценарные вопросы**

В противоположность удостоверяющему вопросу сценарный вопрос направлен на ответ и на выяснение фактов и обстоятельств.

Широко применяется в непривычной ситуации (абстрактно). Подобный прием используют в психотерапии или журналистике, когда образно рисуются неподдающиеся оценке обстоятельства, связанные со страхом или риском.

Для построения используется сослагательное наклонение, союзы «поскольку», «если» и подобные или целые фразы, такие как «Представьте себе...», «Допустим, что...».

В напряженном интервью подобные вопросы приобретают характер мины замедленного действия. Рассуждения, не имеющие практического значения, приводят к замкнутому абстрактному кругу, из которого сложно выбраться.

Примеры.

1. *«Давайте представим: плавающий деррик-кран для морского бурения будет потоплен. Какое влияние это окажет на живые существа океана, и в какие сроки?»*
2. *«Представьте себе, что в Германии фактически две столицы. Какие преимущества и недостатки такого положения вы можете назвать?»*
3. *«Предположим, вы руководитель. Какие срочные меры рефинансирования проекта вы бы предприняли?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Определительные вопросы**

Цель определительного вопроса – уточнить неясное или многозначное высказывание, прийти к общему согласию, пониманию.

Примеры.

1. *«Что вы понимаете под “совестью”?»*
2. *«Что для вас значит понятие “недостаточное руководство”?»*
3. *«Какие показатели успеха вы считаете решающими?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Вопросы понимания**

Это своего рода итоговый вопрос, объединяющий все возникшие до этого в разговоре вопросительные формы, используется для расширения границ понимания спрашивающего.

Иногда вопрос понимания может задаваться в форме общего вопроса, требующего однозначного ответа да/нет. При построении используются следующие слова и конструкции: «очевидно», «явно», «насколько», «в том отношении», «что... в той мере, в какой...» и подобное.

Примеры.

1. *«Как мне это понимать?»*
2. *«Что-то я не пойму, где вы видите контекст?»*
3. *«Очевидно, вы не можете объяснить взаимосвязь?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Интерпретирующие вопросы**

Цель – подчеркнуть важность высказывания, сделать выводы или заключение.

При формулировке часто используются словосочетания «итак», «таким образом», «так что» и подобные.

Ссылка идет на высказывание собеседника.

Примеры.

1. *«Итак, на работе вы не чувствуете себя комфортно?»*
2. *«Таким образом, создается впечатление, что...?»*
3. *«Так что вы ищете другую сферу деятельности?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Вопрос-платформа**

Сначала идет высказывание или констатация факта, а затем формулируется вопрос.

Существует два варианта.

1. *Грубый* : оратор формулирует высказывание, не связанное с последующим вопросом, в результате публика в замешательстве.

2. *Корректный*: высказывание и вопрос связаны между собой.

В обоих случаях оратор предлагает картину второго плана, так что сам вопрос часто оказывается неожиданностью для ответчика, тем более, если платформа (информация до вопроса) оказывается недостоверной.

Примеры.

1. *Корректный*: *«В тот момент у вас было два пути: либо стать министром, либо*

*продолжать свое дело. Почему вы выбрали первый?»*

2. *Грубый: «У вас тогда не было другого выбора, кроме как стать министром, ведь вы уже отказались от своего дела. Интересно, а сколько зарабатывает министр?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

1. *Корректный:*

2.

1. *Грубый:*

2.

### **Ограничивающие (фильтрующие) вопросы**

Цель ограничивающего вопроса – при рассмотрении проблемы или компетентности человека ограничить тему кругом вопросов. Главное – повести собеседника строго в нужном направлении, особенно если он склонен говорить не по существу или очень медленно.

*Примеры.*

1. *«Мы бы могли поговорить о вашей учебе в школе, институте или о настоящем положении вещей. Чем вы занимаетесь сейчас?»*

2. *«Лоббисты полагают, что большинство руководителей не имеют ни малейшего представления об охране окружающей среды. Как вы относитесь к данной проблеме?»*

3. *«Стресс – широко распространенный феномен. Прежде всего, меня интересует ежедневный стресс на рабочем месте, что вы можете сказать по этому поводу?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

1.

2.

3.

### **Вопросы-утверждения с побуждением**

Цель подобных утверждений – побудить рассказчика углубиться в данную тему или что-то дополнить.

Причем это скорее не вопрос в чистом виде, иногда бывает достаточно невербального жеста, например тихого свиста, кивка и другое.

*Примеры.*

1. *«Интересно, и что?»*

2. *«А-аа, ну и?»*

3. *«Нет, действительно?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры .*

1.

2.

3.

### **Вопросы психологического давления**

Цель данной формы – установить обратную связь с собеседником, получить ответ, спровоцировать действие или оказать психологическое давление.

*Примеры.*

1. *«Вы не считаете свое поведение в данной ситуации неподобающим?»*
2. *«Вы еще ни на один вопрос не ответили честно и открыто, возможно не хотели? Вам неприятна эта тема?»*
3. *«Вы так агрессивно реагируете на то, что сказала Мюллер. Что вас разозлило?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Дифференцированный или распознавательный вопрос**

Цель – прояснить непонятное высказывание, найти его отличительные черты, выяснить значение.

Или же ваша цель – обобщение, управление спецификой или подробное рассмотрение темы.

*Примеры.*

1. *«Вы говорите о “немецком предпринимателе” – а есть ли он, или не будем углубляться?»*
2. *«Когда вы говорите, что волки съели мальчика, это исключение из правил, так сложилась ситуация, или нет?»*
3. *«Какие существуют формы субкультуры, господин профессор?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Исследовательский или познавательный вопрос**

Цель – воспроизвести полученный ответ и попросить собеседника подтвердить сказанное им еще раз. То есть вы выигрываете время, чтобы оценить полученную информацию.

Подобное открытое сопоставление провоцирует углубленное рассмотрение темы.

*Примеры.*

1. *«Ваш отзыв обнаруживает правозэкстремистские наклонности, или я не прав?»*
2. *«Почему вы не соглашаетесь, что за такое задание нужно платить?»*
3. *«Текст закона обнаруживает некоторые пути его обхождения?!»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

### **Объединяющие вопросы**

Цель – закрыть обсуждаемую тему или плавно перейти к другой.

Чаше уже высказанную мысль представляют в новом свете, то есть переводят в иную плоскость.

Примеры.

1. *«Очевидно, вы хорошо понимаете, что значит статус автомобилиста, приходилось ли вам сталкиваться с подобными симптомами в отношениях?»*
2. *«Вы только что говорили о вашем супруге, кстати, на работе вы с мужчинами так же обращаетесь?»*
3. *«Можно ли провести параллель между тем, что вы сейчас изобразили и вашим новым фильмом?»*

*Пожалуйста, составьте свои примеры.*

- 1.
- 2.
- 3.

Постановка вопроса – это целое искусство, требующее определенных навыков.  
Желаю удачи!

### **Какой вопрос – такой и ответ... или теневая сторона постановки вопросов**

«Кто спрашивает – тот и ведет», – одно из золотых правил коммуникации. Давайте перефразируем: «Вопрос – король диалектики». Сколько мы бьемся за него на семинарах...

Результатов предостаточно. Например, недавно наблюдал ситуацию: управляющий собрался подписать лежащий перед ним контракт, ручка уже замерла в воздухе... как вдруг консультант по продажам произнес: «Я надеюсь, что все вопросы исчерпаны, или кто-то не согласен?» Договор так и не подписали, сделка сорвалась. Вопрос не вовремя привел... к раздражению.

Как можно было так сгруппировать? Но мы сталкиваемся с подобными ситуациями. Кто посещал диалектические семинары, быстро осознал силу вопроса, речь не о том, чтобы использовать беспомощность собеседника.

Следующее ложное мнение заключается в том, что встречный вопрос спасет в сложной ситуации. И каков результат? В качестве примера вспомню эксперта по маркетингу, которого в конце выступления обвинили в неубедительных доводах. На это эксперт отреагировал встречным вопросом (почему нет?) и получил целый арсенал объяснений (и даже по пунктам: 1... 2... 3...). Оратор буквально сам «выудил» негативные объяснения, с которыми не смог справиться. Ситуация вышла из-под контроля.

Психиатр Арон Р. Боденхаймер определил эту теневую сторону вопроса, как «неприличность... потому, что тридцатилетний опыт говорения и молчания показал: лучше перестать спрашивать и начать говорить». Но и это высказывание можно поставить под вопрос. Все зависит от ситуации.

Не отвечайте вопросом на вопрос, не задавайте слишком много вопросов, это не способствует развитию разговора.

Вопросы не устраняют, а обостряют критический момент беседы. В приведенных примерах ораторы делают попытку обобщить, сделать вывод, но провоцируют собеседника к переходу в наступление, и разговор не завершается.

«И когда же спрашивать?» – поинтересуетесь вы. Когда можете просчитать ситуацию, когда уверены в дальнейшем направлении разговора. Позицию нужно улучшить, а не ухудшить. Знак вопроса – признак коммуникативной интеллигентности, а не наоборот.

Кто знает, что встречный вопрос лишь обостряет высказанную критику, не задаст его и займет правильную позицию. Он примет критику, хотя и этому нужно научиться. Правильный ответ – обратная сторона медали «Правильный вопрос». Оцените первый вариант: «Хорошо, когда все вопросы исчерпаны, самое время поставить подпись!», второй вариант: «Нет, это лишь на первый взгляд так кажется, а на самом деле...»

Вывод: в общении вопросы есть и будут главным инструментом, хотя способствуют развитию разговора только тогда, когда возникает необходимость восполнения знаний; иногда вопросом удастся отвлечь собеседника, перевести разговор на другую тему. Вопрос является главной составляющей опросов. Что касается вопроса-платформы, то речь идет об утверждении, сопровождаемом вопросом. К нему и прибегают журналисты в провоцирующих интервью, так сказать не по-джентльменски: «После того, как вы отказались от дела, вам ничего другого не оставалось, как стать министром; кстати, сколько зарабатывает министр?» Схема вопрос-ответ предсказуема, тот, кто задает вопрос, предугадывает ответ в 90 % случаев.

*Повод для размышления.*

Обдумайте все вопросы, заданные вам или вами в течение дня. Какие из них привели к дальнейшему развитию разговора?

*Что касается техники постановки вопросов, советую следующее издание:  
Арон Р. Бодехаймер: Почему? О непристойности вопроса, издание 4, 1995.*

## **Часть четвертая** **Некоторые тонкости для тех, кто выступает перед** **общественностью**

### **Успешный контакт с прессой**

Влияние общественного мнения возрастает с каждым годом.

Утверждения, интервью, наверно и ток-шоу, получают свое отражение в прессе, на радио и телевидении. Основная цель – ориентирование на публику или представление своего дела.

Некоторые факты.

- В Германии существует около 1400 газет, то есть примерно 27 миллионов экземпляров;
- 7 800 журналов с тиражом 300 миллионов экземпляров;
- около 6 900 теле– радиопередач;
- еженедельно на ТВ транслируется до 40 ток-шоу;
- в 1994 году на радио и телевидении освещено свыше 15 000 тем различной направленности;
- около 90 % рекламы транслируется на частном ТВ;
- смета расходов на рекламу к 2000 году составила около 350 миллиардов DM.

Несмотря на такие масштабы, довольно часто перед журналистом предстает собеседник-профессионал, специалист в своем деле, который, оказывается, не знает элементарных правил поведения перед камерой. Так не должно быть. Кто выйдет к профессиональному боксеру, не зная правил?

В данной главе предложены основные правила выступления перед зрителем и телекамерой, также эффективные для интервью по телефону!

Основные правила радио– и теледискуссий

Вас пригласили на открытую дискуссию или обсуждение вопроса на радио или ТВ. Прежде чем согласиться, ответьте на следующие вопросы.

Контрольный перечень вопросов актуальности открытого выступления

- «Зачем я должен участвовать в этом, компетентен ли я в данном вопросе?»



- «Почему меня пригласили на обсуждение именно такой техники?»
- «Какие цели преследует человек, пригласивший меня?»
- «Что я могу сообщить публике по данной теме?»
- «Существует ли конкретная причина выхода такой передачи?»
- «Речь идет о реальной ситуации или тема надумана?»
- «Кого еще пригласили?»
- «Будут ли рассматриваться другие темы, имеющие отношение к данной?»
- «Какой сценарий предлагает редакция?»
- «Кто ведущий?»
- «Существуют ли в этом вопросе аспекты, еще не известные общественности до настоящего времени и могущие возникнуть в беседе?»

И еще раз:

«Действительно ли я нужный собеседник – речь не о моей компетенции, а о сути, которую я могу передать зрителю?»

Настоящей причиной вашего приглашения может оказаться так называемая *телексемтика* (показуха). Возможно, просто нужен человек, которого – грубо сказать – хотят поставить к позорному столбу. Подумайте над этим.

Оказаться на экране телевизора, конечно, здорово, только если ты не жертва и тебе дают возможность высказать свою точку зрения.

Как для специалиста вам важны детали темы, но зрителя часто не интересует «интеллектуальное исследование конкретных предложений и аргументов, важна скорее интуитивная, эмоциональная реакция на общую картину» (Б. Энгхольм).

Или вот что однажды сформулировал американский кинорежиссер:

«Телевидение – это театр, СМИ живет благодаря эмоциям, нам нужны герои и негодяи. Серые тона и бесконечный анализ заставляют публику скучать» (Д. Шорп).

Вы можете оказаться в ситуации более худшей, чем плохой. Ведь речь идет о вашем имидже, и, наконец, о вашем деле. Вы – в центре внимания, если оказались на экране.

Кстати, 95 % сказанного забывается через час, в памяти остается только основная мысль высказывания, сохраняющаяся благодаря ассоциативной памяти. Слышат то, что хотят услышать.

Достоверность вашего выступления зависит от вашего умения вести себя!

Так воспитывают влияние на публику

Запомните: каждое выступление начинается с основательной подготовки.

- Подберите актуальный материал по данной теме, информацию о собеседниках. Проверьте ваши способности аргументировать в разговоре с друзьями.

- *Будьте интересны публике!* Подберите примеры, производящие хорошее впечатление на слушателя или зрителя, ведущие к размышлению. Лучший пример – направленный на аудиторию, а не на собеседника или ведущего.

- Оптимальный вариант – приводить образные сравнения. Тогда публика лучше воспринимает информацию.

- Документы, приложения, шпаргалки – только в случае крайней необходимости. Выглядит смешно, когда кто-то начинает копошиться в бумагах, в то время как собеседник вынужден сосредоточенно ждать ответ.

- Обдумайте заранее возможные аргументы оппонента и подготовьте интересные публике возражения. Могут выручить и стандартные фразы, вроде: «... зритель точно знает, что...»!

... во время выступления:

- Отмечайте свою позицию во вступлении. Полуминутного высказывания, указывающего общее направление доклада, вполне достаточно. Речь не идет о чрезмерном

распространении.

- Лучше меньше, да лучше; краткость – сестра таланта. Многословие в таких случаях не приветствуется. Блесните способностью четко формулировать точку зрения.
- Комментируйте собеседников сдержанно, кивком или покачиванием головы. Мимика и жесты действуют на уровне подсознания.
- Следите за ведущим и собеседниками – камера сама найдет вас, если возникнет необходимость, а за силу звука не вы несете ответственность.
- Будьте убедительны как для публики, так и для ведущего и собеседников.
- Управляйте беседой осознано, но не стоит слишком часто повторять: «... в интересах зрителя...» – хотя такие стандартные фразы придают речи уверенность.
- Попробуйте сформулировать заключительное слово от лица всех диспутантов. Так можно сэкономить время.

### Профессиональное интервью

Как правило, различают несколько видов интервью:

- *Интервью-опрос*. Проводится, когда важен результат, например, депутат раскрывает тему «Единая денежная система» пятью короткими информативными предложениями.
- *Индивидуальное интервью*. Например, программа на ТВ, когда представителя банка вовлекают в игру вопрос-ответ:  
ответ + сюжет + вопрос = личное впечатление зрителя.
- *Интервью для выяснения общественного мнения*. Проводится, когда возникает необходимость узнать субъективный взгляд на актуальную ситуацию. Например, опрашивается руководитель предприятия для выяснения его отношения к тарифному конфликту.
- *Групповое интервью*. Одни и те же общие вопросы, подразумевающие короткие ответы, задают различным людям и часто провоцируют противоречивую информацию. По сути дела, подобный набор фраз не является настоящим интервью.
- *Неофициальное или парадоксальное интервью*. Это когда представитель правящих структур дает интервью проверенному журналисту (факт доверительных отношений не афишируется).
- *Закрытое интервью*. Человек, дающий интервью, остается не известным. В телевизионном варианте голос искажен, изображение отсутствует, в печатном варианте – типичное интервью с информатором.
- *Интервью-нападение*. Возникает тогда, когда журналисты различных издательств ожидают перед залом заседания и по возможности окружают интересующую их персону, пытаясь задать несколько вопросов.
- *Холодное интервью*. Вы, например, играете в гольф и вдруг видите, как к вам бежит съемочная группа и пытается взять интервью на месте действия, выяснить, почему задержан ваш бухгалтер.
- *Идеальное, подготовленное интервью*. Вас приглашают на интервью официально, вопросы оговариваются заранее по телефону.
- *Перекрестный огонь вопросов*. Напротив вас садятся два собеседника, и начинается журналистский допрос. При этом функция ваших собеседников – придать разговору динамику, энергию, что на практике не всегда удается.

Кстати, время, отведенное на ответ, колеблется от 20 до 22 секунд, потом вас обязательно прервут. В США на высказывание дается еще меньше 10–15 секунд.

Итак, работайте на аудиторию!

### **Вы готовитесь к интервью профессионально**

- Кто мой партнер по интервью, что я могу о нем узнать? Часто редакция предоставляет

информацию о своем сотруднике.

- Тема должна быть интересна публике. Выучите примеры, касающиеся сферы жизни слушателей/зрителей. Сопоставляйте информацию, высказывания, статистические данные с главным вопросом публики: «Какое отношение это имеет ко мне?!»

- Распределите ваш материал по степени важности. Обобщите тематически сложные моменты в доступные тезисы.

- Обдумайте возможные:

- поясняющие высказывания, дающие четкое представление зрителю о важности данной темы в повседневной жизни;

- обобщающее заключение, резюмирующее суть выступления.

- Узнайте в редакции, могут ли вам предоставить список приблизительных вопросов, или выясните хотя бы направленность интервью. Но будьте осторожны: предложенные вам вопросы могут кардинально отличаться от тех, которые будут на самом деле.

- Потренируйтесь, лучше перед зеркалом, формулировать ваши мысли четко, а главное – коротко. Обратите внимание на мимику, полезно посмотреть на себя со стороны.

- Практикуйтесь отвечать на критические вопросы в кругу нейтральных наблюдателей. Часто коллеги оказываются снисходительными и вежливыми и скорее оценят ваши ответы неправильно. С близкими трудно быть беспристрастным. Чтобы правильно повести себя в критической ситуации, необходим навык.

Кстати: к 45-минутной передаче удавалось подготовить людей за три дня. Несмотря на то, что передо мной были настоящие профессионалы, привыкшие работать перед объективом камеры, они улучшили свои способности достойно отвечать на неожиданные вопросы...

- Подумайте о *примерах* и об эффективности ваших действий. Возможно, у вас возникнет необходимость выписать основные реплики, чтобы ничего не упустить.

- Избегайте терминов и незнакомых слов. Если все-таки не получается обойти какой-либо термин, коротко поясните его значение.

Кстати, не каждый в интервью может вести себя как Герберт Вейнер, сказавший интервьюеру Люгу: «Господин Люг, вы же ничего не знаете!». Или Франц Йозеф Штраус: «Разница между вами и мной в том, что я немного неправ, а вы точно ошибаетесь». Вывод – готовьтесь!

#### Официальное заявление

Заявление – это изложение, констатация или объяснение представителя власти или депутата, прямое обращение к общественности. Цель журналиста – выяснить достоверную информацию о конкретном событии или, возможно, критической ситуации, где человек, передающий информацию, является «источником».

Цель «источника» – сформулировать по возможности сжатое, точное, содержательное сообщение по данной теме.

Сложности возникают, например, когда делают монтаж съемки пресс-конференции, когда стиль, форма или содержание вашего объяснения могут пострадать.

Редакторы приветствуют сокращения или акцентируют внимание на сопровождающий шум, а именно – перебивающие вопросы из зала или комментарии.

Вы должны заранее прояснить

- Какова суть моего доклада?

- Зачем мне суть?

- Почему меня считают специалистом?

- Каковы временные рамки?

- Какие знания я могу предположить у моей публики?

- Речь запланирована как жизнь, или как ее создать?

- Сколько времени действительно мне потребуется на выступление?

- Какие вопросы мне зададут?

## **Следите за тем, чтобы говорить лишь тогда, когда это действительно необходимо!**

Так теряется профессионализм

- Откажитесь от прямого контакта с журналистами или публикой, сразу возвращайтесь на свое место: не стоит благодарить публику за внимание!
- Никогда не повторяйтесь в заключении. Главное – суть, говорите коротко и ясно.
- Никогда не обращайтесь к публике «на Вы».
- Оттачивайте фразы, чтобы уложиться в секунду.
- Следите за камерой, вы не должны выглядеть хуже других представителей.
- Позволяйте журналистам задавать лишь определенные вами вопросы, чтобы не получилось неприятной ситуации.
  - Никогда не называйте своего имени полностью, ни в коем случае не указывайте звания или должности.
  - Никогда не позволяйте монтировать вашу речь. Но если это все-таки произошло, обязательно добейтесь, чтобы вам показали всю запись.
  - Смотрите прямо в камеру, всегда мило улыбайтесь, не допускайте пристального неподвижного взгляда.
  - Оговариваетесь? Тогда повторяйте фразу до тех пор, пока она не будет звучать четко и точно.
  - Незадолго до выступления повторите речь еще раз, обращайтесь внимание на фон, различный шум и комментарии из зала.

## **Кто редко задумывается, тот очень часто принимает мысли за раритет.**

Повторяйте за мной – удача гарантирована

- Как только камеру направили на вас, сразу шумно и быстро вдыхайте воздух, дальше будет некогда.
- Произнося высказывание, пробегитесь взглядом по залу, как будто не знаете, что вас снимает камера.
- Держите в руках газетную статью или вашу брошюру с выступлением.
- Демонстрируйте публике свою интеллектуальность и превосходство, употребляя как можно больше иностранных слов и специальных терминов. В конце концов, один термин скажет больше тысячи простых слов.
- Смело высказывайте свое мнение, даже если вы не специалист. Искусный оратор должен уметь говорить обо всем.
- Никогда не повторяйте сказанное, пусть кинооператоры переживают, если что-то не так.
- Используйте как можно больше цитат. Это замечательная возможность подчеркнуть ваше гуманитарное образование.

Не забывайте подумать, прежде чем сказать!

Кстати:

- 5 000-15 000 DM стоит 5-10 минут эфирного времени передачи экономической тематики. Так сказать, дополнительное мероприятие в нужное время.
- Хороший сюжет, предназначенный для аудитории, будет стоить от 50 000 DM.

Анализ открытого выступления

После выступления необходимо сделать выводы, чтобы в будущем точно знать, на что следует обратить внимание.

Если для вас важно произвести эффект на публику и СМИ, ответьте на следующие важные вопросы:

- Достаточно ли было отведенного на подготовку времени?

- Четко ли была поставлена цель доклада?
- Была ли информация исчерпывающей о журналистах и программе?
- Ваше выступление прошло уверенно и независимо?
- Вы смогли представить себя в выгодном свете?
- Речь была чистой и направленной на ключевые понятия?
- Приводимые вами аргументы достигали цели?
- Сопровождались ключевые понятия примерами?
- Ваши ответы были краткими и исчерпывающими?
- Фигурировал ли ответ на вопрос: «Какое это имеет отношение ко мне?»
- Ваши примеры были образными, а речь – доступной?
- Удалось ли подобрать позитивное заключение?
- Какие отзывы на свой доклад вы получили?

Кстати, стоит задуматься:

- Открытые выступления часто оказываются приютом тщеславия.
- Пол-успеха – самое опасное. На какой риск вы способны пойти?
- СМИ рассказывают много хорошего и нового. Очень часто, к сожалению, это «новое» оказывается уже далеко не новым, а «хорошее» – не хорошим.

### **Беседа: свободное вступление в коллективный разговор**

Ошибочно полагают: то, о чем человек в формальной обстановке даже не подумает, в неформальной беседе обязательно скажет.

Существует пара трюков или методов, чтобы не стоять на паркете в лучах общественности беспомощно, связанным по рукам и ногам формальностью и способным выдать лишь пару слов.

Между тем уже написано множество книг на тему «Короткая беседа». Одна из самых интересных «Короткая беседа и карьера» Вольфа В. Ласко, книга рецептов «из горького опыта некоторых людей, оказавшихся беспомощными в искусном обмене формальностями» (Габлер, 1993).

Профессиональная короткая беседа – это, прежде всего, приветливый не обязывающий обмен «социальным шумом», то есть не содержащий глубокого смысла разговор между еще неизвестными собеседниками. Человек, начинающий беседу формулированием умных мыслей и навязыванием другим своей темы, легко попадает в ситуацию, когда его просьбы или вопросы остаются открытыми. Он оказывается в мире выбранной им тематики и наслаждается беседой с самим собой, либо его прерывают.

Кстати, тишина в течение 3 секунд часто воспринимается как что-то ужасное, так называемое речевое давление. У большинства людей возникает чувство необходимости сказать что-нибудь интересное, чтобы нарушить возникшее неловкое молчание. Но сказанное наобум чаще оказывается:

- банальностью или пошлостью;
- запрещенной темой, неуместной, не нарочно обижающей собеседника;
- темой, вынуждающей собеседника дистанцироваться.

Успокойте себя тем, что вы просто попытались направить разговор, а ваши собеседники были рады, что нашелся хоть кто-то, кому они смогли возразить: «Он хотя бы попытался завести разговор... (но, не получилось!)...»

Не только в начале и в конце разговора, но и в середине действуют одни и те же правила.

По одежке встречают, по уму провожают. Все верно. Но чтобы это правило сработало, середина процесса коммуникации должна быть оживленной, интересной, исчерпывающей.

Короткий разговор вызывает собеседников на «здесь и сейчас» в конкретной ситуации,

цель говорящего – расположить слушателей к себе.

Опасность неформальной беседы – переход на профессиональный уровень. Помните, что ваши потенциальные собеседники могут не владеть информацией, касающейся вашей сферы деятельности и просто не способны поддержать разговор на предлагаемом вами уровне. Так и получается, что некоторые могут говорить только о своем хобби, своем мире, на уровне «своего жизненного опыта/горизонта» и не способны выслушать других. Если вы нашли подобный недостаток у себя, рекомендую простой способ борьбы с ним: бокал шампанского или сока, делайте по глотку – с полным ртом едва ли получится говорить. Хотя некоторым и это не помогает. Тогда спасет только сильный собеседник, способный контролировать ход беседы.

## Некоторые основные правила

- У собеседника иссяк запас слов? Не бойтесь и вы помолчать. Можно обратиться к кому-нибудь другому, спросить его мнение. Можно проявить любезность, предложив иную тему для разговора.

- Пожалуйста, не позволяйте себе негативных комментариев в адрес третьего лица. Лучше спросите у собеседника об этом человеке, но ни в коем случае не обсуждайте его. Может оказаться что, «странно одетый тип» – «это мой брат!».

- В присутствии незнакомых вам людей не разбрасывайтесь высказываниями («этот скучный толстяк орет, как резаный»). К вам могут обратиться с вопросом, не хотите ли вы сменить местонахождение, или ваш новый знакомый так отреагирует на неосторожно брошенную реплику: «Сожалею, но мне решать, кого приглашать».

- Держитесь подальше от легко провоцирующих бурные споры тем, таких как политика, социальное разделение или профессионализм. Вести беседу – значит недолго поговорить о чем-либо, а не пытаться прекратить разгорающийся спор. Поверьте, невозможно убедить человека в чем-либо за пару минут, а пытаться переубедить – вообще бесполезно (да и не нужно!).

- Руки прочь от алкоголя, это первый враг разговора. Он не помощник, особенно тем, кому нечего сказать, или тем, кто не знает, что он сказать должен.

- Не хвалитесь тем, кто вы есть и что вы сделали. Таких людей и так предостаточно на открытых мероприятиях. Остальные их ненавидят, так же как и тех, кто бесконечно жалуется на свои неудачи или болезни.

- Лучше перепрофилируйтесь на шутки или анекдоты, в любом случае веселому, жизнерадостному человеку проще стать душой компании... и воспринимайте как комплимент, высказывание в ваш адрес: «Никогда не думал, что такую глупую шутку можно так хорошо рассказать».

- Избегайте сложных, узкоспециальных профессиональных тем. Даже хорошая компания не всегда сможет выдержать такое напряжение.

- Будьте осторожны с незнакомыми или иноязычными словами, в значении которых вы не уверены. Наш совет: будьте честны с собой и используйте понятный вам словарный запас. Если перед вами иностранец с ограниченным запасом слов, тогда – пожалуйста, можете говорить все, что угодно, даже не задумываясь. Некоторым нравится быть в интеллектуальном кругу, когда их внимательно слушают, не перебивая и не задавая вопросы по поводу неверно употребленных слов. К слову сказать, знаю одного профессора, который любил подобные шутки в незнакомом обществе, он позволял даже исправлять себя, а в конце разговора признавался, что профессор и владеет пятью иностранными языками.

- Если перед вами хорошо выпивший собеседник, постарайтесь ограничиться очень коротким диалогом и вежливо удалиться, иначе вас могут быстро вовлечь в скандальный разговор. Может оказаться, что на следующий день ваш собеседник будет сожалеть об излишней откровенности.

Один известный специалист в области коммуникации дал однажды следующий совет:  
«В типичной короткой беседе говорится все, что обычно не говорится. Когда вы сможете избавиться от этой привычки, поймете цену уважения собеседника, и что ничего сложного нет в том, чтобы обратиться к нему с просьбой».

Но мне кажется, не все так просто!!!

Короткая беседа – это коммуникация, а значит, следует учитывать социальные факторы.

Желаю успехов – вы справитесь!

**Кстати, сделать доклад – все равно, что построить дом, сначала нужен план, каждое предложение должно быть обдуманно и сказано с соблюдением строгой последовательности. Беседа – это как искусство игры в домино: камень за камнем – рисунок возникает сам по себе!**

## Упражнения

### Упражнение 1

#### Усиление критического восприятия информации и ее обработка (направление на самоуправление)

Регулярно просматривайте программы, информация в которых как минимум сомнительна. Отнеситесь к тому, что услышали или увидели, серьезно.

- Лист формата А4 разделите на три колонки (+/-/?). Проанализировав каждое высказывание, отмечайте, с чем вы согласны, где придерживаетесь другого мнения, какая информация вызывает у вас вопросы.

- По поводу каждой реплики, с которой вы не согласны, составьте от трех до пяти коротких предложений, объясняющих вашу критику. Кроме того, постарайтесь подобрать пример, подтверждающий обоснованность вашей критики.

- К высказываниям, с которыми вы согласны, подберите подходящий вопрос.

- Мысленно сформулируйте шесть самых важных, по вашему мнению, услышанных реплик (три позитивных, три негативных). Если возможно, попытайтесь вспомнить три высказывания, значение которых для вас оказалось под вопросом.

Кратко (максимум за две минуты) сформулируйте отзыв по поводу услышанного.

Учтите предложенное деление высказываний на три части (+/-/?).

Кстати, отзыв следует повторять столько раз, сколько необходимо, пока ваша речь не станет четкой, выразительной, понятной, приобретет нужный темп (не забывайте паузы!).

Вначале, возможно, вам потребуется приложить немало усилий, чтобы достичь цели. Но потом вы убедитесь, насколько эффективны тренировки!

### Упражнение 2

#### Тренировка формулирования и артикуляции

Довольно простой и известный всем прием тренировки – чтение доклада перед зеркалом.

Главное сформулировать все то, что находится у вас в голове.

С другой стороны, ваши реплики должны быть понятны окружающим.

Отражение в зеркале учит концентрироваться, несмотря на то, что единственный, кто за вами наблюдает, – вы сами.

Происходит контроль над жестами и мимикой; отрабатывается невербальный язык,

особенно когда вы хотите подчеркнуть важность сказанного словами.

Упражнение тренирует самодисциплину и воспитывает естественную самокритику.

### **Упражнение 3** **Четкость, акцентирование и паузы в высказывании**

Мы сами удивляемся тому, что часто проглатываем целые слоги, путаемся в порядке слов, используя неоправданно длинные предложения, делаем паузы там, где не нужно, в общем не перестаем шокировать людей.

• Возьмите длинный текст (можно статью в деловом стиле из какой-нибудь газеты) и прочитайте его громко. Чтобы добиться успеха в развитии артикуляции, вам потребуется пробка от бутылки. Перед прочтением – разумеется, прежде чем избавиться от содержимого бутылки, хотя, безусловно, в этом тоже есть своя прелесть, – захватите пробку передними зубами и читайте текст, артикулируя губами, следите за четкостью. Чтение должно быть медленным и, по-возможности, понятным, согласен, это трудно. Обращайте внимание на знаки препинания, абзацы.

*Прочитайте текст два раза.*

• После второго прочтения с пробкой, повторите текст еще раз, но теперь без нее. Соблюдайте паузы и четкую артикуляцию... и для вас откроется новый мир речи.

Ежедневные пяти – десятиминутные тренировки в течение шести недель творят настоящие чудеса. Но только регулярные упражнения дают результат, так что не ленитесь, уделяйте себе время каждый день. Хорошо, если вас не будут тревожить во время занятий.

### **Упражнение 4** **Восприятие своих потребностей и представление личных интересов**

Часто мы позволяем во имя чего-то хорошего или по причине добродушия пожертвовать своими интересами в пользу интересов, потребностей, желаний или ожиданий других.

В конце концов мы начинаем чувствовать подкатывающую к горлу злость и собственную глупость. «И кто меня за язык тянул, – думаем мы, терзаясь. – И чего я боялся? Что пошатнется дружба, или испортится настроение шефа?...»

Вспомните одну из подобных ситуаций и потренируйтесь (перед зеркалом) говорить собеседнику «нет».

- Ваше право, ваши представления, ваши потребности, ваше желание...
- Для вас лично (!) важнее...
- Благодаря чему вы изменили свое мнение (без основания).

Составьте диалог по поводу измененной позиции. Если ваше отражение пожелает выслушать основания, то докажите обратное. Согласитесь, что ваше последнее решение ошибочно. Убедите собеседника, что оно вызывает уважение.

Обдумайте ситуацию, в которой, вы точно знаете, будет трудно отстоять свое решение.

*Вариант.*

Поставьте два стула напротив друг друга. Присядьте на один, выскажите свою точку зрения, пересядьте на другой – выскажите другую точку зрения, и так далее.

### **Упражнение 5** **Оптимальное запоминание информации**

Часто мы запоминаем лишь малую долю услышанного или увиденного, хотя существует метод, позволяющий удерживать большой объем информации длительный срок



образное изображение или запоминание с помощью таблиц и схем.

• Просматривая внимательно какую-нибудь ТВ передачу, выпишите по ходу краткие тезисы. Ориентированный на программу последовательный план поможет упорядочить услышанную информацию и легче запомнить ее. Ниже предложен набросок подобного плана.



Составили свою модель просмотренной передачи? Хорошо. Тогда будет достаточно запомнить лишь ее.

*Для саморазвития.*

Просматривая другую информационную программу, попробуйте составить план мысленно. Немного тренировки – и необходимая концентрация позволит видеть подобные модели «внутренним глазом». Терпения вам и удачи!

### Упражнение в группе 1 Горячий стул

Два собеседника садятся друг против друга и начинают разговор, остальные располагаются полукругом и наблюдают.

Как только кто-то из слушателей замечает коммуникативную или речевую ошибку, поднимает руку. Разговор прекращается.

- Участник, поднявший руку, коротко объясняет замеченную ошибку.
- Остальные тоже поднимают руку в знак согласия. Желающие могут пояснить.
- Если большинство поддерживает человека, нашедшего ошибку, значит, он занимает место того, кто эту ошибку допустил. Разговор продолжается.
- Если остальные не согласны с «найденной ошибкой», значит, разговор продолжается без замены участника.

Упражнение повышает чувствительность к процессу коммуникации и помогает получить навыки объяснения субъективных наблюдений в любой ситуации. Как говорится, все зависит от вас.

### Упражнение в группе 2 Вопросы по кругу

Группа рассаживается по кругу и ведет разговор на какую-либо определенную тему. Смысл упражнения заключается в том, чтобы ответить на вопрос максимально кратко и задать вопрос следующему.

Цель упражнения – не только тренировать умение постановки различных вопросов (см.

соответствующий раздел!), но и научиться передавать вопрос группе людей.

Усложненная форма упражнения заключается в том, что вместо ответа необходимо сформулировать встречный вопрос.

Упражнение требует повышенной концентрации внимания, участники оттачивают навыки постановки вопросов и начинают чувствовать реакцию спрашиваемого, как говорится, нутром.

### **Упражнение в группе 3 Тренировка постановки вопросов**

Группа делится на две или три подгруппы. До этого подготавливается достаточно большое число карточек с различными видами вопросов.

Каждая подгруппа получает задание, на тему отводится не более 10 минут, обыгрывается предложенная форма вопроса.

*Пример.*

Участник 1 (информационный вопрос):

«Как добирались, г-н Майер?»

Участник 2 (ответ и вопрос-платформа):

«На машине. А вот у вас ее нет, сразу возникает вопрос, нашелся ли кто-либо, кто подвез вас. Или вы per pedes?» (лат. шутол. пешком)

Участник 3. Растоптал вопрос-платформу и задал следующий вопрос.

Упражнение сразу выдст участника, не владеющего техникой постановки вопросов, разумеется, вряд ли он сможет спонтанно задать риторический или наводящий вопросы.

Общеизвестно, что непонятно или неправильно поставленный вопрос мешает коммуникации, но и этого можно избежать, если тренироваться.

### **Упражнение в группе 4 Находчивость, благодаря ассоциации**

Каждый участник группы должен назвать какой-нибудь слоган из рекламы. Так, например, слоган автомобильной компании VW «и бежит... и бежит... и бежит!»

Игроки изменяют предложенные тезисы.

Участник 1:

«...как и наш участник соревнования, который и бежит, и бежит, и бежит – позади планеты всей».

Весело развивает ассоциативную технику, и смекалку.

## **Об авторе**

### **Доктор Карстен Бредемайер**

*Теолог, свободный журналист и организатор семинаров по обучению искусству коммуникации, был одним из исполнительных директоров большой консалтинговой группы фирм Германии, оказывающих консультативную помощь.*

*Кроме того, он занимался обучением директорского экономического состава не только в Германии, но и в Швейцарии, Франции и Италии, подготавливал людей к выступлению на телевидении, участию в телевизионных программах.*

*По теме подготовки выступления на ТВ кратко изложил основные правила в «Экономической неделе»: «Уложиться в три дня!»*

*Издаваемые ранее книги:*

- «*Определенное понимание*». Баден-Баден, 1992.
- «*Сила СМИ. Успешный контакт с прессой, радио и телевидением*». Цюрих – Висбаден 1991; в виде справочника: Дюссельдорф, 1993.
- «*Искусство представления – успешное представление и презентация*». Цюрих – Висбаден 1991; в виде справочника: Дюссельдорф, 1994.
- «*Точечная наука управления*», Висбаден, 1991.
- «*Подготовка к выступлению на ТВ: будьте профессиональны перед камерой и микрофоном*». Цюрих – Кельн, 1993.
- «*Сила управления*», Висбаден, 1994.
- «*Творческий PR*», Цюрих, 1997.

*Карстен Бредемайер преподавал в различных журналистских школах и издательствах технику интервьюирования, ведение беседы и искусство телеведущего. Отзывы и рекомендации, касающиеся специальных тем или вашей специальности присылайте по адресу: Dr/ Karsten Bredemeier, Im Wolfgarten 4, 53819 Neunkirchen, Deutschland.*