**1 Предмет и задачи риторики** – это наука о теории, мастерстве и законах искусства красноречия. Соотношение риторики и философии – без философского осмысления невозможно решение любого вопроса, любой проблемы, любой задачи. Решать проблему в глобальном, философском ключе - это значит придавать ей общечеловеческое значение, поднимать ее на более высокий нравственный и духовный уровень, повышать ценность речи. Соотношение риторики и логики – логика-это наука о законах правильного мышления. Логическая цепочка повествования и доказательств должна быть безупречно точной, чтобы люди поверили вам безоговорочно. Чтобы слушатель вам поверил, нужны точная последовательность и безупречность доказательств. Связь этики и эстетики с риторикой - Этика-наука о законах нравственности и морали общества. Эстетика-это наука о законах красоты. Использование методов психологии в риторики – это наука, изучающая законы психической деятельности человека. Надо знать и изучать законы психики, законы психического поведения человека, все, что связанно с нервной деятельностью человека, его душевным состоянием.

**2 Гомилетика как отрасль риторики** – церковное, богословие красноречие, унаследовавшее основные принципы античной науки. Основы древнерусского красноречия – были народные традиции. Существуют тексты, свидетельствующие о высокой культуре устной речи “Золотое слово Святослава”(Слово о полку Игореве), “Поучение Владимира Мономаха” (Поучение чадам своим) и др.Древнерусские произведения до монгольского нашествия свидетельствуют, что старинному русскому красноречию были присущи: высокое уважение к книжному слову, мудрой речи, словесному мастерству.

**3 Для чего нужна целевая установка в речи** - она облегчает восприятие речи. Говорящий должен ясно представлять для чего, с какой целью он произносить речь, какой реакции слушателей добивается. Если выступающий не подумает о назначении речи, он не добьется успеха в ее подготовке и произнесении. Что в риторике понимается под композицией речи – под ней понимается построение выступления, соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему выступлению как единому целому.

Основные правила и приемы композиции - 1.Пересекающиеся сюжетные линии; они соприкасаются: например линии семейств Болконских, Ростовых, Безуховых

2. Временный перенос места действия; повествование начинается не сначала, а с итога жизни героя, к примеру “ Мцыри”

3.Обрамление текста документами (записки, переписка)

4.Приемы поэтического творчества

5.Рассказ в рассказе

Основные способы подготовки речи – 1.Запись текста.2. Выступление с опорой на текст.3.Выступление без записей.4.Выступление экспромтом.

**4 Что относится к понятию “Культура речи”** - под ней понимается совокупность таких качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата с учетом конкретной обстановки и в соответствии с поставленной задачей. К ним относятся: 1. Богатство ( разнообразие) речи; 2. Ее чистота.3. Выразительность. 4. Ясность и понятность. 5. Точность и правильность.

**5 Назначение и особенности развлекательной** **речи** – она не содержит иной цели кроме заключающейся в ней самой. Она сама по себе должна развлекать и потешать слушателя. В ней шутка и серьезная мысль, правда и вымысел. Она проникнута единством связного повествования, или состоит из анекдотов. В ней юмор много личного, ирония, насмешливая серьезность, карикатура преувеличения.

Назначение информационной речи – она пробуждает любознательность и дает новое представление о предмете. Она может быть повествованием, описанием, объяснением. Информационная речь должна отвечать следующим требованиям:

1. В ней ничего не должно быть спорного;

2. Она должна вызывать пытливость;

3. Она должна удовлетворять запросы слушателя

4. Сообщение должно быть актуально.

Особенности убеждающей речи – она логическими доводами доказывает или опровергает какое-либо положение. В этих речах любимыми методами – логическими или иными – оратор убеждает согласится с ним в спорном вопросе. Такая речь стремится определить образ мышления и поведения, но она не призывает к непосредственному действию. Что представляет собой призывающая к действию или агитационная речь – она заставляет слушателя почувствовать потребность делать то, о чем просит оратор. Можно призвать к действию новому, к продолжению или прекращению прежнего. Призыв к действию бывает прямым и косвенным.

**6 Деление устно-разговорных стилей** – они делятся на : литературно-разговорный – это речь образованных людей в учебных заведения, в деловом производственном общении, в учреждениях культуры; разговорно-бытовой – это речь в домашних условиях, на отдыхе., на улице; тут встречаются не строгие обороты речи и слова, выходящие за границы нормы литературного языка; ораторский - строгий вариант устной-публичной речи: на конференциях, собраниях, лекции, докладах, сообщениях пр.; этот стиль находится в рамках литературной нормы.

**7 Мастерство оратора и понятие ораторской этики** – оценка слушателями языкового риторического мастерства оратора или собеседника, которая проявилась в выступлении. Его ошибки в ударениях, орфоэпии, выборе слов, образовании падежных форм и т.д. раздражают слушателя; примитивный уровень речи разочаровывает. С другой стороны, мастерство, остроумие, уместный намек, яркий художественный образ вызывают уважение к выступающему и следовательно к его речи. Если цель выступления - убеждение слушателей, то результат этого убеждения – главный критерий мастерства оратора. Этика - это учение о морали, система норм нравственного поведения. Этикет – установленный, принятый обществом порядок поведения, отраженный в речевых формах. Этикет этичен только тогда, когда отражает душевное богатство личности.

**8 Язык, которым пользуется человек в повседневном общении**, является не только исторически сложившейся формой культуры, объединяющей человеческое общество, но и сложной знаковой системой. Понимание знаковых свойств языка необходимо для того, чтобы лучше представлять себе устройство языка и правила его употребления. Слова человеческого языка являются знаками предметов и понятий. Слова - это самые многочисленные и главные знаки в языке. Другие единицы языка также являются знаками. Знак представляет собой заменитель предмета в целях общения, знак позволяет говорящему вызвать в сознании собеседника образ предмета или понятия. Знак обладает следующими свойствами: знак должен быть материальным, доступным восприятию; знак направлен на значение; содержание знака не совпадает с его материальной характеристикой, в то время как содержание вещи исчерпывается ее материальными свойствами; содержание и форма знака определяются различительными признаками; знак - всегда член системы, и его содержание во многом зависит от места данного знака в системе. Указанные выше свойства знака обусловливают ряд требований культуры речи. Во-первых, говорящий (пишущий) должен заботиться о том, чтобы знаки его речи (звучащие слова или знаки письма) были удобны для восприятия: достаточно отчетливо слышимы, видимы. Во-вторых, необходимо чтобы знаки речи выражали некоторое содержание, передавали смысл, причем таким образом, чтобы форма речи помогала легче понять содержание речи. В-третьих, необходимо иметь в виду, что собеседник может быть менее осведомлен о предмете разговора, а значит, необходимо предоставить ему недостающие сведения, которые, лишь по мнению говорящего, уже содержатся в сказанных словах. В-четвертых, важно следить за тем, чтобы звуки устной речи и буквы письма достаточно четко отличались друг от друга. В-пятых, важно помнить о системных связях слова с другими словами, учитывать многозначность, использовать синонимию, иметь в виду ассоциативные связи слов.

**9 Вопрос, является некоторая языковая разновидность (идиом) языком или диалектом, относится к одной из сложных проблем лингвистики**, причем последствия такого решения могут выходить и далеко за её пределы. Если строгого выбора в обозначении конкретной разновидности языка лучше избежать, лингвисты обычно используют термин идиом (либо «промежуточное» обозначение «язык/диалект»). Не существует единого понимания проблемы «язык или диалект» и, соответственно, единых критериев её решения. Поэтому, утверждая, что некий идиом является именно языком или именно диалектом, необходимо оговаривать, на основании каких критериев делается этот вывод. Это значит, что на вопрос «являются два (близкородственных) идиома диалектами или разными языками?», как правило, нельзя ответить просто «да» или «нет», не оговаривая, что имеется в виду. Среди критериев, которыми могут руководствоваться при решении проблемы, можно выделить две основные группы — социолингвистические и структурные. Возможны следующие варианты формулировок: язык/идиом A является диалектом языка B (молдавский как диалект румынского, малайский как диалект индонезийского, урду как диалект хинди, балкано-гагаузский как диалект гагаузского, галисийский как диалект португальского); язык/идиом B является диалектом языка A (индонезийский как диалект малайского); языки/идиомы A и B, не соотносясь как диалекты/варианты друг друга, являются диалектами/вариантами единого языка C (молдавский и румынский, малайский и индонезийский, урду и хинди, балкано-гагаузский и гагаузский, галисийский и португальский, таджикский, фарси и дари).

**10 Термин койне** (греч. κοινη 'общий язык') первоначально применялся лишь к общегреческому языку, который сложился в IV–III вв. до н. э. и служил единым языком деловой, научной и художественной литературы Греции до II–III вв. н. э. В современной социолингвистике койне понимается как такое средство повседневного общения, которое связывает людей, говорящих на разных региональных или социальных вариантах данного языка. В роли койне могут выступать наддиалектные формы языка – своеобразные интердиалекты, объединяющие в себе черты разных территориальных диалектов, – или один из языков, функционирующих в данном ареале. Понятие койне особенно актуально при описании языковой жизни больших городов, в которых перемешиваются массы людей с разными речевыми навыками. Межгрупповое общение в условиях города требует выработки такого средства коммуникации, которое было бы понятно всем. Так появляются городские койне, обслуживающие нужды повседневного, главным образом устного, общения разных групп городского населения. Помимо городских койне выделяют койне ареала, т. е. определенной территории, на которой распространен данный язык (или языки). Так, в многоязычной республике Мали (Африка) в качестве койне используется язык бамана, имеющий наддиалектную форму [Виноградов 1990]. Понятие койне иногда применяется и к письменным формам языка – например, к латыни, использовавшейся в качестве языка науки в средневековой Европе.

**11 Родоначальником подхода к управлению персоналом**, основанного на компетенциях, можно считать McClelland (McClelland, 1973). Психолог McClelland с конца 60-х годов ХХ века работал в Гарвардском университете. Он заложил основу определения компетенций как некоторых факторов, влияющих на эффективность профессиональной деятельности. В 1973 году он написал статью, опубликованную в журнале «American Psychologist», под названием: «Тестирование компетентности, а не интеллекта». Суть методологии, предложенной McClelland, состояла в сравнении наиболее успешных сотрудников с менее успешными с целью определения факторов эффективности деятельности. Задача состояла в том, чтобы понять, какие именно психологические особенности и особенности поведения являются причинами успеха в данной профессиональной деятельности. Однако широкую известность подход, основанный на компетенциях, получил после публикации книги Boyatzis (Boyatzis, 1982) «Компетентный менеджер: Модель эффективной деятельности». Итак, классическое определение: компетенция - (от латинского competo - добиваюсь; соответствую, подхожу). Имеет несколько значений: 1) круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; 2) Знания, опыт в той или иной области. Для нашего понимания важно следующее определение: компетенция — это личная способность специалиста решать определенный класс профессиональных задач. Также под компетенцией мы будем понимать формально описанные требования к личностным, профессиональным и другим качествам руководителя отдела продаж. Совокупность компетенций; наличие знаний и опыта, необходимых для эффективной деятельности в заданной предметной области называют компетентностью.

Компетенции можно разделить на:

• корпоративные компетенции — необходимые всем сотрудникам компании,

• менеджерские компетенции — необходимые руководителям компании (всем или только определенного уровня),

• специальные (специфические) компетенции, необходимые только какой-то определенной категории сотрудников (например: менеджерам по продажам). Для того, чтобы определить, какие компетенции, важны для той или иной должности, необходимо:

•во-первых, понимание стратегии компании;

•во-вторых, знание специфики данной должности;

•в-третьих, так называемый справочник компетенций (competency dictionary), из которого можно выбрать те компетенции, которые имеют прямое отношение к рассматриваемой профессиональной деятельности.

**12 Предметом деловых переговоров** (то, о чем договариваются) становятся, как правило, элементы профессиональной деятельности, проблемы, представляющие взаимный интерес, взаимоотношения с партнерами и т.д. В переговорном процессе реализуются речевые действия, которые могут подкрепляться или сопровождаться неречевыми (жестами, мимикой, взглядами, движениями и т.п.). Любые деловые контакты связаны с достижением целей, решением конкретных задач, т.е. с реализацией коммуникативной установки общения. Участники делового общения, обладая реальным статусом (профессиональным, социальным, культурным), в процессе переговоров исполняют роли, обусловленные характером коммуникативной ситуации. Как правило, переговорный процесс предполагает отношения в системе субъект–субъект. Каждый из участников переговоров руководствуется своими намерениями, мотивами, целями. Успешное завершение переговоров – это прежде всего выработка совместного решения, совместных планов дальнейших действий, так как самой общей целью партнеров в переговорном процессе является обмен мнениями и информацией с последующим налаживанием новых связей и отношений или подтверждением старых. В особых случаях целью переговоров становится разрешение конфликта. Мотивы, цели, ролевые установки, условия переговоров диктуют набор этикетно-речевых формул, специфических речевых и языковых средств оформления предметного содержания разговора. Без специальных коммуникативных умений и навыков, т.е. умений и навыков общения, даже прекрасный специалист своего дела не сможет поддержать деловой разговор, провести деловую встречу, принять участие в дискуссии, отстоять свою точку зрения. Это значит, что деловой человек кроме профессиональной компетенции (знаний и умений в постановке задач и выполнении технологических действий в определенной сфере) должен овладеть коммуникативной компетенцией, т.е. знанием психологических, предметных (содержательных) и языковых компонентов, необходимых для понимания партнера по переговорам и (или) порождения собственной программы поведения, в том числе самостоятельных речевых произведений. Реализация коммуникативной компетенции связана с параметрами типичных коммуникативных ситуаций, которые структурируют любую сферу общения: бытовую, учебную, производственную и т.д. Ниже будут рассматриваться ситуации, связанные с процессом коммерческих переговоров.

**13 Понятие владения языком** до недавнего времени не осознавалось лингвистами как термин, оно использовалось интуитивно, без каких бы то ни было попыток его формализации или хотя бы экспликации. Как-то само собой разумелось, что можно говорить о владении языком, если данный индивид умеет понимать высказывания на данном языке и строить на нем тексты (устные и письменные). Ю.Д. Апресян, одним из первых в советской лингвистике четко сформулировавший указанную выше задачу, предпринял попытку “расчленить” понятие “владение языком” на составляющие. По его мнению, владеть языком значит (а) уметь выражать заданный смысл разными (в идеале — всеми возможными в данном языке) способами (способность к перифразированию), (б) уметь извлекать из сказанного на данном языке смысл, в частности — различать внешне сходные, но разные по смыслу высказывания (различение омонимии) и находить общий смысл у внешне различных высказываний (владение синонимией), (в) уметь отличать правильные в языковом отношении предложения от неправильных 1 . Между тем многое остается неясным и в той проблематике, которая безоговорочно должна быть отнесена если не к собственно-лингвистической, то к социо- или психолингвистической. Одна из таких проблем — соотношение языкового и неязыкового в навыке, который принято называть “владение языком”. Квалифицируя этот навык как коммуникативную, или социолингвистическую, компетенцию и перечисляя факторы, существенные для процесса речевого общения (как это сделано в цитированных выше работах), мы лишь признаем, что навык этот сложен и чисто лингвистическая его интерпретация недостаточна для адекватного описания реальной языковой жизни. Но является ли владение языком неким аморфным навыком или же в нем можно выделить некоторые компоненты или уровни, находящиеся в определенных отношениях друг с другом? Мы склонны положительно ответить на вторую часть поставленного вопроса: можно выделить несколько уровней владения языком в зависимости от того, какого рода информация о языке и его использовании имеется в виду.

**14 Лексические нормы речи** – это правила употребления слов в речи, т.е. точность выбора слова соответственно смыслу высказывания и уместность применения его в общественном значении и общепринятых сочетаниях. При определении лексических норм следует учитывать следующие языковые факторы: 1. Наличие в языке лексических категорий: многозначности слова, омонимии, паронимии, синонимии, антонимии. Следствием небрежного отношения к многозначным словам являются неточность выражения мысли, а также неправомерное, чрезмерное расширение значений известных слов. От многозначности следует отличать омонимию, которая при неправильном ее использовании может привести к неясности и двусмысленности высказывания. Неправильное употребление паронимов приводит к нарушению смысла речи. Синонимы бывают понятийными (близкими, не совсем тождественными по значению) и стилистическими (тождественными по значению, но имеющими различную стилистическую окраску). Наличие синонимов обеспечивает выразительность речи и в то же время обязывает всех говорящих и пишущих внимательно относиться к выбору слова из ряда близких, похожих. Антонимы используются как приём для создания контрастных образов, для резкого противопоставления признаков, явлений и т.п. Поэтому правильное использование их в речи имеет большое значение.

**15 Языковые нормы** (нормы литературного языка, литературные нормы) - это правила использования языковых средств в определенный период развития литературного языка, т.е. правила произношения, правописания, словоупотребления, грамматики. Норма - это образец единообразного, общепризнанного употребления элементов языка (слов, словосочетаний, предложений) В литературном языке различают следующие типы норм:) нормы письменной и устной форм речи; нормы письменной речи; нормы устной речи. К нормам, общим для устной и письменной речи, относятся: лексические нормы; грамматические нормы; стилистические нормы. Специальными нормами письменной речи являются: нормы орфографии; нормы пунктуации. Только к устной речи применимы: нормы произношения; нормы ударения; интонационные нормы. Морфологические нормы требуют правильного образования грамматических форм слов разных частей речи (форм рода, числа, кратких форм и степеней сравнения прилагательных и др.). Типичным нарушением морфологических норм является употребление слова в несуществующей или несоответствующей контексту словоизменительной форме (проанализированный образ, царящиеся порядки, победа над фашизмами, назвал Плюшкина прорехом). Иногда можно услышать такие словосочетания: железнодорожная рельса, импортная шампунь, заказной бандероль, лакированный туфель. В этих словосочетаниях допущена морфологическая ошибка - неправильно оформлен род имен существительных. Синтаксические нормы предписывают правильное построение основных синтаксических единиц - словосочетаний и предложений. Эти нормы включают правила согласования слов и синтаксического управления, соотнесения частей предложения друг с другом с помощью грамматических форм слов с той целью, чтобы предложение было грамотным и осмысленным высказыванием. Нарушение синтаксических норм имеется в следующих примерах: читая ее, возникает вопрос; Поэме характерен синтез лирического и эпического начал; Выйдя замуж за его брата, никто из детей не родился живым.

**16 Риторика подразделяется** на общую, частную, тематическую. Она изучает этос, пафос, логос. Исследует какой-то один вид речи в сочетании со стилистикой этого вида речи (частная словесность). Тематическая риторика исследует правила комбинирования видов словесности вокруг одной темы (для Америки). Кроме этого существует деление риторики на теоретическую и прикладную. Теоретическая – дедуктивным способом исследует законы речи, которые затем верифицируются фактами истории и риторической практики. Практическая – исследует правило пользы речи, которое апробируется на практике и обусловлены случаями успешной или безуспешной речи. Законы риторики. Пр.1. Если диалог ведется в одном виде словесности, и тема обсуждается большим количеством лиц и длительное время, то происходит опустошение речи (энтропия). Пр. 2. Если диалог ведется в разных видах словесности, и тема варьируется, то возникает обогащение содержания. Пр.3. Слои смысла в метологич. высказывании имеют определенный порядок – образ автора, общее содержание речи, образное содержание речи, эмоциональное содержание речи, логическое содержание, композиционное, то стилистически содержание невозможно построить речь с другой структурой содержания.

Правило гомилектики: полное понимание текста возможно лишь тогда, когда речь ведется от образа автора, либо наоборот.

Правило риторики – индивидуальное использование законов риторики, в зависимости от цели говорящего

Диалектика – когда основная цель речи – поиск истины (Сократ)

Эристика – утверждение своей позиции в обществе независимо от истины.

Софистика – цель речи – утверждение своей позиции или выгодной, удобной точки зрения, которая не содержит истины, но с применением правил диалектики.

Оратория Риторический анализ и риторический эскиз речb Риторический канон и современное красноречие. Этапы классического риторического канона. «Общее место» (Топ – как смысловой глагол). Топика. Смысловая схема речи. Как размножаются идеи. Классический образец речи – рассуждение (хрия). Структура строгой хрии. Особенности структуры хрии и ее использования. Риторический анализ – позволяет понять как устроена готовая речь, то есть проследить путь от мысли к слову. Для этого используется такое понятие как риторический канон. Этапы классического риторического канона Инвенция – изобретение (найти что сказать). Диспозиция – расположение изобретения. Элокуция – словесное оформление мысли. Меморио – запоминание. Actio hypocrisis – произнесение (исполнение) речи. Инвенция предполагает осмысление речи, подразделение ее на ряд подтем. То есть на первом этапе (инвенции) фиксируется все богатство, наличие идей. Для этого существуют так называемые «общие места» (топы – смысловые модели развития речи). Топ – система понятий, предполагающих способы мыслей о любой речи. Диспозиция предполагает перегруппировку идей и их построение в том порядке, в каком они бы выполнили главную задачу речи. Инвенция – поиск идей, содержания, смысла будущей речи. По Ломоносову идеи подразделяются на простые и сложные по структуре. Для того, чтобы развить идею испол. смысловой модели « топы « «общие места»: род, вид, часть, целое, определение, сходства, различия, причина, следствие, сравнение. Совокупность «общих мест» - топика – отражает общие законы мышления или смысловой модели, по которой любой ритор или оратор творит речь. Топика позволяет без напряжения разработать любую идею.

**17 Ведение деловых бесед**. Следует заметить, что в последние годы, как бы парадоксально это ни звучало, не было открыто ни одного нового фундаментального принципа ведения деловых бесед, хотя заметен существенный прогресс в разработке техники и тактики их ведения. Из имеющегося в этой области опыта мы выделим пять основных принципов, которые являются универсальными и могут быть применены в любой ситуации. Первый принцип - привлечь внимание собеседника. Если вы не в состоянии сделать это, если партнер вас не слушает, зачем вам вообще что-то говорить? (Начало беседы). Второй принцип - пробудить в вашем собеседнике заинтересованность. Когда партнер проявит желание к беседе, потому что уверен, что ваши предложения будут ему полезны, это означает, что он вас будет с удовольствием слушать (Передача информации). Третий принцип - принцип детального обоснования. На основе вызванного интереса надо убедить партнера в том, что он поступит разумно, согласившись с вашими идеями и предложениями, так как их реализация принесет ему и его предприятию пользу (Аргументация). Четвертый принцип - выявить интересы и устранить сомнения вашего партнера. Если партнер ведет себя осторожно и не видит возможности применения ваших идей и предложений на своем предприятии, хотя и понимает их целесообразность, вы должны выяснить и разграничить его желания (нейтрализация, опровержение замечаний). Пятый принцип - основной - заключается в преобразовании интересов партнера в окончательное решение (Принятие решения). Наряду с этими пятью принципами нужно запомнить несколько следующих рекомендаций по ведению деловых бесед. Их универсальный характер основывается на таком простом факте, что в любой беседе вы должны искусно приспособиться к своему партнеру в данный момент, независимо от того, о каких деловых или личных отношениях идет речь.

**18 Примером изменения стилистических норм** является вхождение в литературный язык диалектных и просторечных слов, например забияка, нытик, подоплека, свистопляска, шумиха. Как пишет профессор Ю.А. Бельчиков, "для русского литературного языка характерно интенсивное взаимодействие с просторечием (постоянное пополнение главным образом лексики и фразеологии, выразительных, синонимических средств)… Известная часть заимствований из народно-разговорного языка органически включается в лексико-фразеологический состав литературной речи, в его стилистическую структуру, становясь достоянием не только разговорной, но и книжной речи" (Бельчиков Ю.А. Стилистика и культура речи. М.: Изд-во УРАО, 2000. С. 104-105). Каждое новое поколение опирается на уже существующие тексты, устойчивые обороты речи, способы оформления мысли. Из языка этих текстов оно выбирает наиболее подходящие слова и обороты речи, берет из выработанного предшествующими поколениями актуальное для себя, привнося свое, чтобы выразить новые идеи, представления, новое видение мира. Естественно, новые поколения отказываются от того, что кажется архаичным, не созвучным новой манере формулировать мысль, передавать свои чувства, отношение к людям и событиям. Иногда они возвращаются к архаичным формам, придавая им новое содержание, новые ракурсы осмысления (Бельчиков Ю.А.Указ. соч., с. 106). В каждую историческую эпоху норма представляет собой сложное явление и существует в довольно непростых условиях. Об этом писал еще в 1909 г. В.И. Чернышев: "В языке всякой определенной эпохи для ее современников много неясного: слагающегося, но не сложившегося, вымирающего, но не вымершего, входящего вновь, но не утвердившегося" (Чернышев В.И. Чистота и правильность русской речи // Избранные труды. Т. 1. М.,: 1970. С. 41).

**19 Сосредоточенный спор**, — когда спорящие все время имеют в виду спорный тезис, и все, что они говорят или что приводят в доказательство, служит для того, чтобы опровергнуть или защитить этот тезис. Одним словом, спор вертится около одного центра, одного средоточия, не отходя от него в стороны. Бесформенный же спор не имеет такого средоточия. Начался он из-за какого-нибудь одного тезиса. При обмене возражениями схватились за какой-нибудь довод или частную мысль и стали спорить уже о ней, позабыв о первом тезисе. Потом перешли к третьей мысли, к четвертой, нигде не завершили спора, а обращая его в ряд отдельных схваток. К концу спора спрашивают: "с чего же мы, собственно, начали спор", — и не всегда могут вспомнить это. Такой спор можно назвать бесформенным. Это самый низший из подобных видов спора. Простой и сложный спор. Можно вести спор вдвоем, один на один. Это будет простой, одиночный спор. Но часто спор ведется между несколькими лицами, из которых каждое вступает в спор или со стороны защиты тезиса, или со стороны нападения (сложный спор). Спор со многими участниками может сам собою "наладиться" — особенно устный спор — лишь в тех случаях, когда все участники его обладают хорошей дисциплиной ума, способностью схватывать сущность того, что говорится, и пониманием сущности задачи спора. В остальных случаях необходим руководитель споров — "председатель собрания" и т.п. Споры при слушателях и без слушателей. Иногда это различие имеет огромное, решающее влияние не только на характер спора, но и на исход его. Присутствие слушателей, если они даже совершенно молчать не выражают никаким другим образом одобрения или неодобрения, обыкновенно действует на спорящих. Особенно на людей самолюбивых, впечатлительных, нервных. Победа при слушателях больше льстит тщеславию, поражение становится более досадным и неприятным. Отсюда большее упорство во мнениях, большая у иных горячность, большая склонность прибегать к разным уверткам и уловкам и т.п. Устный и письменный спор. В устном споре, особенно если он ведется при слушателях, часто очень важную роль играют "внешние" и психологические условия. Тут огромное значение имеет, например, внушение: внушительная манера держаться и говорить, самоуверенность, апломб и т.д. Робкий, застенчивый человек, особенно не привыкший спорить при многочисленных посторонних слушателях, всегда проиграет по сравнению с самоуверенным или даже иногда наглым (при прочих условиях, конечно, приблизительно сходных). Затем огромное преимущество в устном споре получает быстрота мышления. Кто скорее мыслит, "за словом в карман не лезет", находчив, тот при одинаковом уме и запасе знаний всегда одолеет противника в устном споре. Большое преимущество в устном споре при слушателях имеет также уменье говорить метко и остроумно и т.д. Все эти внешние преимущества или совсем уничтожаются в письменном споре, или сглаживаются, и более может выступить на первый план внутренняя логическая сторона спора.

**20 Аргументом** (лат. argumentum от глагола arguo – показываю, выясняю, доказываю – довод, доказательство, умозаключение) будем называть фрагмент высказывания, содержащий обоснование мысли, приемлемость которой представляется сомнительной. Риторический аргумент состоит из: (1) положения и (2) обоснования. Рассмотрим пример: (1) "Но можно ли действительно находить истину? – Должно думать, что можно, если ум без нее не может жить, а он, кажется, живет, и, конечно, не хочет признавать себя лишенным жизни"[1] . Обоснование – совокупность доводов, формулировок мыслей, посредством которых ритор стремится сделать положение приемлемым для аудитории: ... если ум не может жить без истины, а он, кажется, живет, и, конечно, не хочет признавать себя лишенным жизни. Положение аргумента – формулировка мысли, которая выдвигается ритором, но представляется сомнительной аудитории: Но можно ли действительно находить истину? – Должно думать, что можно С точки зрения строения и содержания риторический аргумент включает три составляющих: схему, топ, редукцию. Схема представляет собой логическую форму данного конкретного аргумента. Построение схемы подчиняется правилам логики, и схема является своего рода логическим костяком аргумента, который позволяет не только судить о строении сложной мысли, но и определить ее корректность. Общее место или топ – положение, которое признается истинным или правильным и на основе которого конкретное обоснование представляется убедительным. Топ содержится или подразумевается в посылках аргумента. Первый топ приведенного аргумента: ум живет истиной. Это положение не доказывается и не следует откуда бы то ни было, но представляется очевидным аудитории, к которой обращается святитель Филарет. Аргументация может быть догматической и диалектической. Догматическая аргументация исходит из положений, которые принимаются в качестве постулатов и считаются самоочевидными и универсальными; таковы исходные принципы научной теории. Диалектическая аргументация исходит из посылок, которые убедительны для аудитории и привлекаются из разнообразных источников. Диалектическая аргументация принципиально рассчитана на частную аудиторию.

**21 Понятие «классификация»** используется чаще всего одновременно и в значении процесса, и в значении результата, т.е. понимается как группировка и как полученная в ее результате схема. Для разграничения процесса классификации и его результата предлагается употреблять два термина: «классифицирование» и «классификация». Классифицирование документов — процесс упорядочения или распределения документов по классам с целью отражения отношений между ними и составления классификационной схемы. Классификация является одним из методов познания. Без нее невозможно изучить многообразие существующих видов документов, систематизировать их, установить различия между видами документов, выделяемых по различным признакам. Правильно составленная комплексная классификация отражает закономерности развития документов, раскрывает связи между ними, помогает сориентироваться в любом их множестве, служит основой для их упорядочения в документных системах. Она имеет важное значение для теории документоведения и практической документно-коммуникационной деятельности. Классифицировать документы — значит проводить многоступенчатое, иерархическое и дихотомическое деление их на роды, виды, подвиды, разновидности. Род (класс) — это совокупность (множество) документов, имеющих определенный общий признак, отличающий эту совокупность от других объектов. В качестве классификационного деления можно принять различные признаки, зависящие от цели классификации. Если хотим разделить документы по форме, это будет одна классификация, если по их содержанию — другая и т.д. В основу класса всегда кладут наиболее важный признак документа, отвечающий цели классификации. Класс, включающий в себя другие, будет по отношению к ним родом, а классы, входящие в него, по отношению к нему — видами. Один и тот же класс может быть родом по отношению к низшему классу и видом по отношению к высшему. Так, класс «кинофотофонодокументы» является видом по отношению к классу «документы» и родом по отношению к классу «кинодокументы», «фотодокументы» и «фонодокументы». Род (класс) — это первый уровень деления, который раскрывается с помощью видовых делений документа. Вид — второй уровень деления. При этом родовое понятие «документ» делится на видовые понятия, т.е. на виды документов. Каждое звено видовой классификации можно назвать видом документа по тому или иному признаку (по характеру знаковых средств, предназначенности для восприятия человеком, способу документирования, материальному носителю и т.п.). Третий уровень деления — подвид. За ним следует разновидность и т.п., пока не определится окончательное место конкретного документа (индивида) в этой классификации. Иерархия — расположение документов в порядке от высшего к низшему.

Соответственно иерархическое расположение документов выглядит следующим образом: документ —> издание —> непериодическое издание —> книга. Дихотомия — последовательное деление документов одного класса на два противоположных вида, подвида, разновидности и т.д.