
ОТРАЖЕНИЕ СМЕНЫ РЕГИСТРА НА СТЕПЕНИ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ АМЕРИКАНСКОЙ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

Ю.Е. Иванова

Кафедра фонетики английского языка
Институт иностранных языков
ГБОУ ВПО Московский городской педагогический университет
Малый Казенный пер., 5б, Москва, Россия, 105064

Целью исследования, результаты которого изложены в данной статье, являлось выявление изменения речевой мелодии и регистра речи при оформлении тезисов и аргументов в публичном выступлении. Было обнаружено, что ораторы активно используют просодические компоненты для повышения эффективности всего выступления.

Ключевые слова: публичное выступление, аргументация, просодические характеристики, речевая мелодия, регистр.

Изучение функционирования просодических компонентов в различных видах дискурса является актуальным направлением исследования в современной фонетике. Благодаря своей полифункциональности просодия выполняет целый ряд задач в речи.

В данной статье анализируется использование отдельных просодических единиц в публичной презентации и их варьирование для повышения выразительности всего выступления. Под пристальным вниманием оказывается компонент речевой мелодии. Мы постараемся проследить изменение мелодического контура в рамках голосового диапазона, делимого на регистры.

Выбор в качестве объекта исследования публичного выступления не случаен, так как на сегодняшний день это часто встречающаяся модель коммуникации в мире, где основной целью является поиск эффективного способа воздействия и убеждения слушателей в своей идее, и интонация является одним из важнейших средств реализации этой функции. «Интонация способна значительно увеличивать воздействующий потенциал сообщения. В связи с этим просодическое оформление высказывания может придать особую выделенность и экспрессивность речи, оказывая, таким образом, воздействие на эмоциональную и интеллектуальную сферу слушающего» [1. С. 165]. Очевидно, что в своей речи ораторы используют различные просодические средства, рассчитанные на привлечение и удержание внимания слушателей, с оказанием определенного влияния на них.

В процессе реализации речи компоненты просодии действуют одновременно, тем не менее, по мнению многих ученых (Л.П. Блохина, Е.А. Брызгунова, Т.М. Николаева, М.Ю. Дубовский), именно речевая мелодия (мелодика, тон, pitch, tune) является центральной просодической характеристикой.

Согласимся с Н.Г. Угловой, подчеркивающей, что «именно изменения высоты основного тона способствуют восприятию слушающим данного тона или мелодии речи» [2. С. 157]. Однако, как справедливо замечает автор, кроме мелодических

структур и тонов восприятию речи также способствуют изменения громкости, длительности, паузальные решения говорящего, темп и тембр. Не вызывает сомнения тот факт, что мелодическое движение в различных регистрах совместно с остальными компонентами просодии участвует в формировании риторической направленности речи публичного выступления.

Успех публичной презентации во многом зависит от умения оратора структурировать текст и ясно, и доходчиво изложить его. Это позволяет слушателям следовать за ходом мысли оратора и ориентироваться в речи, поэтому любое речевое произведение построено по законам композиции. Оно имеет три основных части: вступление, основную часть и заключение. Презентация, созданная согласно такому закону, будет восприниматься легко и гармонично.

Сильнейшей выразительной силой обладает основная часть выступления, так как именно в ней происходит реализация основных функций речи — информирование и одновременно воздействие на аудиторию. В этой части оратор рассказывает о наиболее важных и, возможно, дискуссионных моментах темы, устанавливает связи между разными фактами и явлениями, описывает и анализирует их. «По своей логической природе всякое выступление представляет собой процесс аргументации, т.е. процесс обеспечения доказательности рассуждения путем использования особых форм, приемов, методов» [3. С. 30].

Таким образом, выразительность и убедительность основной части выступления тесно связаны со степенью ее аргументации. Отметим, что основная часть включает в себя: тезис — «стержень высказывания, который оратор постоянно держит в памяти, чтобы сохранить смысловое единство речи» [4. С. 35]; аргументы — суждения, которые используются для обоснования тезиса; демонстрацию или способ, каким обосновывается истинность или ложность данного тезиса с помощью данных аргументов.

Многими учеными аргументация рассматривается как способ изменения модели мира адресата. Аргументативный потенциал выступления можно представить «в виде совокупности структур представления знаний, к которым осуществляется апелляция в ходе развертывания аргументов» [5. С. 240]. Все исследователи единогласно отмечают, что аргумент представляет собой мысль, истинность которой проверена и доказана практикой. Выделяют различные виды аргументов, однако все они используются оратором для максимально эффективной реализации задач в своем выступлении: привлечения слушателей на свою сторону, настраивания их на положительное восприятие информации, оказания прагматического воздействия на аудиторию.

Известно, что еще с античных времен содержание публичного выступления рассматривается с позиций соотношения логоса, пафоса и этоса. Логос является апелляцией к разуму, представляя собой рассуждение, аргументацию. Пафос апеллирует к эмоциям слушателей, служит для привлечения внимания, побуждения к действиям. Наконец, этос — вид воздействия, который основывается на комплексе идей и убеждений. Самым ярким проявлением будет юмор и ирония, которые помогают установить контакт, подчеркнуть равенство с аудиторией, сделать вы-

ступление более ярким и запоминающимся. Используя данный тип воздействия, оратор стремится вызвать доверие [6. С. 38].

Кроме этого учеными выделяются три группы средств усиления убедительности в ходе аргументации: верификация, валентность и эмотивность, которые во многом соотносятся с классическими понятиями этоса, логоса и пафоса. Каждая группа проявляется определенным набором языковых компонентов. Кратко охарактеризуем данные средства, к использованию которых прибегают ораторы в своих выступлениях.

Согласно П.В. Силаеву, под верификацией понимается свойство языковых и дискурсивных компонентов аргументации отображать категорию истинности или создавать ощущение правдоподобности приводимых аргументов с помощью разнообразных тактик: установления доверительных отношений, подчеркивания искренности, обращение к собственному жизненному опыту, придание «научности».

Свойство, отражающее логичность связи аргументов или «навязывание» адресату подобной логичности, получило у автора название валентности. Используя средства валентности, оратор маркирует в сознании слушателей элементы аргументации.

Последним из компонентов является эмотивность, которая понимается ученым как свойство эмоционально маркированных компонентов аргументации фокусировать и усиливать убеждающее воздействие на адресата [7. С. 8—19]. Верификационные, валентные и эмотивные средства все вместе составляют сложную структуру убеждающей стратегии.

С целью демонстрации изменений просодических характеристик при реализации описанных выше тактик и компонентов в публичной речи обратимся к выступлениям американских ораторов: Саймона Синека (Simon Sinek), который делится с аудиторией своим открытием о том, как управлять общественным сознанием в политической, социальной сфере и в бизнесе («How Great Leaders Inspire Action»), и Дэна Пинка (Dan Pink), с его размышлениями по теме мотивации («The Surprising Science of Motivation»). Видео презентаций выложено на сайте www.ted.com и пользуются большой популярностью. Для электронно-акустического анализа просодического оформления высказываний была использована программа Speech Analyzer, версия 3.0.1.

Сразу после вступления Саймон выдвигает тезисы, описывая суть своего открытия, подкрепляя их аргументами к факту, ссылаясь на исторические примеры, то есть проводит демонстрацию. Расположение аргументов относительно тезиса — индуктивное. Оформление тезисов происходит с удерживанием ровной речевой мелодии в среднем регистре.

1. *...they →all THInk, ACT and comMUnicAtE the eXAct same way. || And it's the com→plete OPposite to EVeryone else.*

2. *→People DON't buy what you do; →they buy WHY you do it.* Оратор следует тактике верификации, удлиняя ряд описываемых вещей в процессе вынесения аргументов: *But we are also PERFECTLY COMfortable BYUing MP3`player from*

,Apple, | or a`phone from ,Apple, | or a D\`V\`R from ,Apple. При этом отмечаются высокие нисходящие тона расширенного диапазона.

Для усиления категоричности приводимых аргументов используются отдельные слова из лексического поля «убеждение», которые выделяются средним нисходящим тоном узкого диапазона, что, однако, позволяет создать ощущение уверенности автора в том, что он говорит:

1) →*It's | obvious.*

2) ... *you | definitely know the term | nology.* Диапазон оратора находится в пределах от 200 до 110 Гц.

Оратор подчеркивает искренность своих слов и обращается к собственному жизненному опыту: 1) *I \`TiVo STUFF on my piece of JUNK Time Warner DVR all the `time.*

2) *I \`hate to | break it to , you...* Он реализует эту тактику с помощью восходящей речевой мелодии, используя восходящий ядерный тон. Первый пример также характеризуется расширением диапазона до высокого регистра. К концу высказывания ЧОТ оратора достигает 310 Гц.

Как и любой современный выступающий, Синек затрагивает сферу этоса, используя иронию:

1. *The →only REAson these people BUY, TOUCH, TONE phones | is because you →can't BUY ROtary phones any| more.*

В сравнении с другими аргументами высказывание произносится в узком голосовом диапазоне. ЧОТ варьируется в пределах 100—180 Гц. Значительного выделения удостоивается лишь слово “can't”, которое стоит в начале шкалы и за счет этого получает выделение.

2. *And, | by the , way, | →he GAVE the “I have a| dream” speech, | not the “I have a |plan” speech.* Использование иронии характеризуется удерживанием речевой мелодии на среднем уровне, терминальные тоны нисходящие в узком диапазоне.

Сфера логоса в речи проявляется в использовании параллельных конструкций:

1) *\`Every SINgle , person, | →every SINgle organiZation on the | planet | knows \`what they |do, |100.percent. // \`Some | know \`how they |do it, <...> But \`very, very FEW PEople or ORganiza,tions |know \`why they DO what they |do.*

Речевая мелодия от высказывания к высказыванию становится ровней, что является следствием нарастающего темпа. Однако данные параллельные конструкции объединяет выделение ключевых слов “what”, “how” и “why”. Данные слова звучат в высоком регистре, являясь началом ступенчато-нисходящей шкалы.

2. *Again, the \`goal is NOT JUST to SELL to people who ↑need what you |have; | the \`goal is to SELL to PEOPle who beLIEve what you bel`ieve. // The →goal is NOT just to ↑hire people who need a ,job; | it's to |hire ,people |who be`lieve what YOU bel`ieve.*

Приводя цитату, Синек приводит аргумент к человеку: *And they →love to |tell you, |“Oh, | it's a→bout 10 perCENT,” |proudly.* Подражая разговорному стилю, оратор использует средние шкалы и средние нисходящие тона.

Подготовленность выступления отражается в наличии рационально-воздействующей информации, в данном случае ссылки к биологическому строению человеческого мозга: *If you look at a CROSS-section of the HUMAN brain, LOOKING from the top down, what you SEE is the HUMAN brain is ACTUALLY BROKEN into THREE major components... The middle two sections MAKE up our limbic brains, and our limbic brains are RESPONSIBLE for ALL of our feelings...* Эту информацию оратор оформляет плавной нисходящей и ровной шкалами в среднем регистре.

Тактика эмотивности прослеживается в использовании отрицательных частиц и приставок, которые, однако, имеют разную степень выделенности: *... They HAD none of what we consider to be the RECIPE for success. || They had no money; <...> and The New York Times FOLLOWED them around nowhere.*

Оратор использует высокий нисходящий тон на слове «no», сопровождаемый повышенной громкостью. Значение ЧОТ при этом достигает почти 240 Гц. Очевидно, что таким образом он привлекает внимание слушателей к своему высказыванию. Третья интонационная группа характеризуется плавной нисходящей шкалой с финальным ядерным тоном на слове «nowhere».

У второго оратора интересен для рассмотрения следующий отрывок: *This is not a feeling. Okay? I'm a lawyer; I don't believe in feelings. This is not a philosophy. I'm an American; I don't believe in philosophy. (Laughter) This is a fact — or, as we say in my hometown of Washington, D.C., a true fact. (Laughter) (Applause).* Здесь он блестяще использует средства всех трех сфер риторического воздействия: этоса, логоса и пафоса, что, разумеется, отражается на просодическом оформлении высказываний. Сфера этоса выявляет профессиональные (“*This is not a feeling. Okay? I'm a lawyer; I don't believe in feelings*”), национальные (“*This is not a philosophy. I'm an American; I don't believe in philosophy*”) и индивидуально-личностные (“*This is a fact — or, as we say in my hometown of Washington, D.C., a true fact*”) характеристики оратора, которые могут быть рассмотрены с риторической точки зрения, как удачное использование иронии в выступлении.

Следует отметить, что первые два высказывания являются проявлением не только сферы этоса, но и логоса, представляя собой параллельные конструкции, которые отличает схожее просодическое оформление: нисходящие шкалы в высоком регистре, оратор использует сложные восходяще-нисходящие тона на словах, которые стремится подчеркнуть (*feeling, philosophy*). Ядерный тон в первом случае средний, во втором — низкий, что говорит о градации, как средстве эмотивности.

Сфера этоса также проявляется в использовании оратором тактики подчеркивания искренности: *Now, I mean it MAKES me crazy.*

В оформлении высказывания присутствует высокая шкала и высокий нисходящий тон в высоком регистре.

Дэн Пинк подчеркивает, что его наблюдения — не случайность, а закономерность, поэтому прибегает к тактике «наукообразности»: *...it's not an aberration.*

|| → *This has been repliCAted pver / and over / and over a gain, / for nearly / 40 / years.*

Риторический логос проявляется в использовании параллельных конструкций:

1) *And* → *if we ↑really WANT to get OUT of this economic mess, / and →if we really want high performance...* Голос оратора делает резкий интонационный подъем на слове “really”, достигая максимального показателя ЧОТ 310 Гц, далее удерживаясь в среднем регистре. В конце синтагмы не наблюдается характерного для перечисления восходящего тона, что, скорее всего, говорит о том, что высказывание не вызывает сомнений: все хотят выбраться из экономического кризиса, все хотят высоких показателей в своем бизнесе.

Дэн Пинк приводит аргументы к авторитету, ссылаясь на известных экономистов. В сфере этоса это проявляется в удлинении однородного ряда описываемых явлений: → *These are eCOnomists from MIIT, / from CARnegie Mellon, / from the UniVERsity of Chicago.* Речевая мелодия удерживается в верхней части среднего регистра, терминальные тоны нисходящие в очень узком диапазоне, что позволяет оратору увеличить темп речи. Такая мелодия помогает убедить слушателей в авторитете данных организаций и создать эффект весомости в процессе их перечисления.

Можно сказать, что данное выступление богато средствами риторического пафоса. Наблюдается аккумуляция оценочных прилагательных на коротком отрезке текста, характеризующаяся восходящими тонами в среднем регистре:

1) *That rouTine, / rule-based, / left-brain work...*

2) *... out dated, / un examined, / and rooted more in folklore than in science.*

Дэн Пинк не забывает вступать во взаимодействие со слушателями и приводит аргумент к аудитории, используя побудительное предложение и риторический вопрос, что является как проявлением тактики валентности, так и средством эмотивности:

1) *Think aBOUT YOUR own work. //*

2) *do they have a CLEAR set of RULes, and a SINGle so lution? No.*

Побуждая аудиторию задуматься, оратор использует ступенчато-нисходящую шкалу, терминальный тон возвращает мелодию в высокий регистр. Риторический вопрос сопровождается восходящей шкалой, ответ — высоким нисходящим тоном узкого диапазона, что является характерным для данного приема.

Таким образом, рассмотрение композиционной структуры помогло выявить тезисно-аргументативную составляющую текста. Риторическая функция воздействия начинается с правильного расположения аргументов относительно тезисов, а также выбора видов аргументов. Было показано, что стратегии воздействия в речи: верификация, валентность и эмотивность тесно связаны с выразительностью всего выступления. Однако описание процесса аргументирования будет неполным без описания его просодических характеристик. Анализ выступлений американских ораторов выявил значительный экспрессивный потенциал тональных характеристик, проявляющихся в оформлении тезисов и аргументов.

Для повышения эффективности выступления и оказания влияния на аудиторию, убеждении ее, дикторы используют аргументы к факту, выделяя тонально цифры, сведения, результаты исследований. Рационально-воздействующая информация подается с использованием параллельных конструкций, цитат, которые характеризует выделение ключевых слов и сходное интонационное оформление. Аргументы к публике отличаются особой экспрессивностью, расширением диапазона и использованием высоких шкал. Контраст в смене регистра особенно заметен при использовании вопросно-ответного хода. Из этого следует, что просодические средства, и в частности, речевая мелодия являются одним из основных способов воздействия на аудиторию и, в совокупности с правильно подобранным лексическим материалом и строгой композицией выступления, являются фактором успешности публичной речи.

ПРИМЕЧАНИЯ

Список принятых обозначений

- A — ударение
- a — низкий нисходящий ядерный тон
- /a — низкий восходящий ядерный тон
- \a — высокий нисходящий ядерный тон
- √a — нисходяще-восходящий ядерный тон
- a| a — краткая пауза
- a|| a — долгая пауза
- ↑a — случайный подъем (Accidental Rise)
- A — ровная шкала
- ↗A — восходящая шкала
- a — высокая шкала
- ↘A — нисходящая шкала

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Фрейдина Е.Л. Еще раз о прагматической функции интонации // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Сборник научных трудов. Вып. 7. — М.: Прометей, 2009. — С. 162—166.
- [2] Углова Н.Г. Роль просодии в восприятии фактуальной информации // Фонетика и фонология дискурса. — М., 2010. — С. 154—164 (Вест. Моск. гос. лингвист. ун-та; вып. 580. Серия Языкознание).
- [3] Халин С.М. Методика публичного выступления: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. — Тюмень: Тюменский гос. ун-т, 2006.
- [4] Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учеб. пособие. — М.: МПСИ, 2002.
- [5] Гудкова Т.В. Аргументация англоязычного дискурса: фреймовый подход // Англистика XXI века: Материалы V Всероссийской научной конференции. — СПб.: Ассоциация «Университетский образовательный округ СПб и Ленинградской области», 2010. — С. 240—242.
- [6] Смирнова О.Н. Просодический строй парламентской публичной речи (на материале выступлений в палате лордов и палате общин): Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2011.
- [7] Силаев П.В. Средства усиления убедительности в учебном аргументативном дискурсе студентов: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — Смоленск, 2010.

Электронные ресурсы

[8] URL: http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html

[9] URL: http://www.ted.com/talks/dan_pink_motivation.html

CORRELATION OF PITCH VARIATIONS ON THE EMPHASIS OF AMERICAN PUBLIC SPEAKING

Y.E. Ivanova

Department of English Phonetics, Associate Professor

Moscow City Department of Education

Moscow City Pedagogical University

Institute of Foreign Languages

Maly Kazenny Line, 5b, Moscow, Russia, 105064

The aim of the investigation, the results of which are presented in the article, was to find out pitch variations in theses and arguments in public speaking. The data obtained revealed that speakers use this prosodic feature very energetically to attract the listeners' attention and to make the presentation more emphatic.

Key words: public speaking, argumentation, prosodic features, speech melody, pitch range.

LITERATURE

- [1] *Freidina E.L.* Esche raz o pragmaticheskoy funktsii intonatsii // Aktual'nye problemy angliiskoy lingvistiki i lingvodidaktiki. Sbornik nauchnykh trudov. — Vyp. 7 — M.: Prometej, 2009. — S. 162—166.
- [2] *Yglova N.G.* Rol' prosodii v vospriatii faktual'noy informatsii // Fonetika i fonologiya diskursa. — M., 2010. — S. 154—164 (Vest. Mosk. gos. lingvist. un-ta; Vyp. 580. Seria Yazykoznanie).
- [3] *Xalin S.M.* Metodika publichnogo vystuplenia: Ucheb. posobie. — 2-e izd., pererab. — Tumen': Tumenskiy gos. un-t, 2006.
- [4] *Anisimova T.V., Gimpel'son E.G.* Sovremennaya delovaya ritorika: Ucheb. posobie. — M.: MPCI, 2002.
- [5] *Gydkova T.V.* Argumentatsia angloyazychnogo diskursa: freimovy podchod // Anglistika XXI veka: materialy V Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii. — SPb.: Assotsiatsia «Universitetskiy obrazovatel'nyi okrug SPb i Leningradskoy oblasti», 2010. — S. 240—242.
- [6] *Smirnova O.N.* Prosodicheckiy stroy parlamentskoy pyblichnoy rechi (na materiale vystupleniy v palate lordov i palate obschin): Diss. ... kand. filol. nauk. — M., 2011.
- [7] *Silaev P.V.* Sredstva usilenia ubeditel'nosti v uchebnom argumentativnom diskuse studentov: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. — Smolensk, 2010.

Electronic resources

[8] URL: http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html

[9] URL: http://www.ted.com/talks/dan_pink_motivation.html