

РИТОРИЧЕСКИЙ ИДЕАЛ ПОКОЛЕНИЯ Z (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

А.А. Шмаков

Ключевые слова: риторический идеал, образ идеального оратора, поколение Z, филологокоммуникативные исследования, риторика.

Keywords: rhetorical ideal, the image of an ideal speaker, generation Z, philological and communicative studies, rhetoric.

DOI 10.14258/filichel(2021)3-06

Категория риторического идеала является одной из центральных в риторике, начиная с момента ее зарождения в Древней Греции. В своё время древнегреческий философ Аристотель писал о качествах, необходимых оратору: высокая образованность, общественная активность, уважаемая народом должность, государственные заслуги, мастерство речи, безупречная честность.

Данная категория представляет собой некий аксиологический ориентир, отражающий требования конкретной эпохи к поведению оратора, следовательно, она динамична по своей природе и меняется вслед за развитием общества, в котором за 2,5 тысячи лет произошли существенные изменения. В России риторика как наука и искусство развивается на протяжении одиннадцати веков, и представления о том, каков должен быть тот самый эталонный оратор, также серьезно трансформировались за это время.

В настоящее время в отечественной научной традиции не существует единого понимания термина «риторический идеал». Известный специалист в области ораторского мастерства, автор учебников по риторике для школы и вуза А.К. Михальская предлагает следующее определение рассматриваемого понятия: «Система наиболее общих требований к речи и речевому поведению, исторически сложившаяся в той или иной культуре и отражающая систему ее ценностей» [Михальская, 2002, с. 449]. В данном определении говорится именно о речи, о речевом поведении, а не об идеале оратора. Однако А.К. Михальская в своих исследованиях говорит и о выделении трех типов исторического идеала оратора: американском, восходящем к софистическому, русском риторическом идеале, близком к идеям Сократа и Платона, а также советском риторическом идеале. В рамках данного исследования нас инте-

ресует, прежде всего, именно русский риторический идеал в современном его состоянии.

Исследователь Т.Е. Тихонова, обобщая положения и выводы А.К. Михальской, выделяет следующие параметры идеального поведения с точки зрения русской христианской традиции:

- 1) этико-эстетические категории: гармония, кротость, смирение, миролюбие, негневливость, уравновешенность, радость;
- 2) риторические принципы: немногословие, правдивость, искренность, спокойствие, благожелательность; отказ от крика, повышенной эмоциональности речи; отказ от клеветы, сплетен, осуждения ближнего;
- 3) требования к речевому поведению: беседуй только с достойным; выслушай собеседника; сохраняй кротость в беседе; избегай грехов многословия; пустословия; несдержанности языка, грубости; избегай хулы; чаще изрекай доброе слово, но избегай похвалы чрезмерной и льстивой; стремись к подражанию лучшим речевым образцам, запечатленным в книгах [Тихонова, 2005, с. 179–180].

Анализируя представленные выше параметры, отметим, что ораторский идеал состоит из трех компонентов, основным из которых является этический компонент, поскольку на базе него строятся риторические принципы, во многом соотносимые с античным идеалом, а также конкретные риторические требования в речевом поведении говорящего, регулирующие отбор стратегий, тактик и приемов.

Проведенный обзор современного состояния научных исследований по данной проблематике показал, что большинство из них ориентированы на выявление образа идеального оратора нашего времени, который отражает веяния времени. Так, работа О.В. Мошкиной посвящена выявлению роли медиакультуры в формировании современного риторического идеала [Мошкина, 2013]. И.В. Тимонина в своей статье проводит сопоставление понятий риторический и педагогический идеал, выявляя общее и различное [Тимонина, 2010]. Н.Н. Кириллова в статье «Риторический идеал с точки зрения современного студента» анализирует результаты исследования, проведенного среди студентов технических и экономических специальностей Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева, выявляя «прагматическую направленность в понимании риторического идеала, отсутствие нравственных ориентиров, утрату традиционных критериев идеала оратора» [Кириллова, 2016, с. 39].

Прагматическое толкование риторического идеала представлено в работах И.А. Стернина, который определяет его как «совокупность ре-

альных характеристик оратора и выступления, позитивно оцениваемых носителями русской коммуникативной культуры, а не некоторые теоретически постулируемые признаки идеального выступления или идеальные требования к оратору» [Стернин, 2002, с. 104]. Такой подход всецело отвечает одной из современных тенденций в языковом сознании и коммуникативной практике современного российского общества — стремлению к росту эффективности (успешности) речевого общения.

Об эффективной коммуникации как одной из целей риторики говорит и основатель Алтайской риторической школы, профессор Алтайского государственного университета А.А. Чувакин. Риторика рассматривается им в контексте филолого-коммуникативной проблематики гуманитарного знания. Так, в статье «Риторика в контексте филолого-коммуникативной проблематики как фактор изучения эффективности общения», написанной совместно с С.А. Медведевым, исследователь, говоря о концепции и строении магистерской программы по направлению «Филология» (специализация «Теория и практика речевой коммуникации») отмечает: «Именно способность эффективно общаться, будучи одной из основных целей риторики как таковой (курсив мой. — А.Ш.), выступает в качестве показателя успешного усвоения учебных дисциплин и формирования необходимых профессиональных компетенций будущих магистров филологии» [Чувакин, 2015, с. 153].

Кроме этого в той же работе профессор А.А. Чувакин подчеркивает необходимость привлечения интернет-текстов для изучения в аспекте эффективности общения. По его мысли, интернет-коммуникативная сфера не только «актуальна в наше время», но и требует «глубокого изучения и осмысления, в особенности в свете задачи обучения эффективному общению» [Чувакин, 2015, с. 154]. Эта мысль исследователя представляется нам ценной в виду заявленной темы статьи и будет раскрыта и доказана ниже.

Резюмируя обзор научной литературы по проблеме изучения риторического идеала (образа идеального оратора), отметим, что, несмотря на многочисленные попытки решения данной проблемы при помощи различных методик и на существование практически 20-летней традиции изучения данного образа в России, проблема все же остается актуальной в силу активных динамических процессов, происходящих в российском обществе начала XXI века, связанных с изменениями: а) социально-экономического характера; б) этико-аксиологического плана (что связано с трансформацией в системе образования); в) технико-технологического плана (например, распространение мобильного интернета в 2010-х годах и курс на цифровизацию всех сфер жизни человека).

Автор статьи исходит из гипотезы о том, что в связи с дифференциацией современного общества в настоящее время не может существовать единого образа идеального оратора, как бы этого ни хотелось теоретикам риторики. В то же время население России четко классифицируется социологами на основе возрастной принадлежности, поэтому использование теории поколений, разрабатываемой в социологии, возможно, позволит по-новому взглянуть на обозначенную нами проблему риторического идеала.

Итак, целью данной статьи является выявление черт риторического идеала представителей поколения Z в России — наиболее молодого из дееспособных поколений среди ныне живущих российских граждан.

Проясним содержание данного социологического термина и обобщим релевантность его использования в филолого-коммуникативных исследованиях, к коим относится и данная статья.

Понятия поколений X, Y и Z уже стали классикой постнеклассической социологии. Они содержатся в классификации поколений, разработанной применительно к США в 1991 году американскими учеными: демографом Нейлом Хоувом и историком Вильямом Штрауссом [Howe, Strauss, 1991; 2000], однако данная теория уже адаптирована отечественными учеными, в частности В.А. Сибиревым и Н.А. Головиным [2020].

Согласно дефиниции исследователей-социологов, поколение X — «реформенное поколение, его период интенсивной вторичной социализации в молодости (возраст 20 лет) пришелся на системный кризис советского общества конца 1980-х — 1990-х гг.» [Сибирев, 2020, с. 301]. Данная возрастная совокупность представляет собой молодежь поколения кризиса 1990-х годов. Она не принадлежит к советскому поколению, поскольку вошла в жизнь в годы перестройки и дальнейших общественных реформ.

Поколение Y — это «более поздние по году рождения совокупности возрастных когорт 1981–1994 годов рождения, детство которых все еще приходится на кризисную смену общественной системы, а молодость — уже на относительно стабильные 2000-е годы» [Сибирев, 2020, с. 301]. Данная совокупность возрастных групп представляет собой молодежь периода относительной стабилизации российского общества.

К началу 20-х годов XXI века уже успело вырасти поколение людей, которые не ощутили социальной нестабильности 90-х годов XX века, вызванной известными историческими событиями, связанными с распадом Советского Союза и переходом к рыночной экономике в России: «Те возрастные группы, чей 20-летний возраст приходится на в определенной степени переломный в политическом отношении 2014 г. и после-

дующие ... обозначены поколением Z» [Сибирев, 2020, с. 301]. Его возрастные когорты родились в 1995 году и позже. Психологи и социологи отмечают колоссальные различия в мировоззренческих установках поколений, поскольку поколение Z отличается от других возрастных групп прежде всего социализацией в условиях стабилизации общества.

Анализ выстраивания коммуникаций у представителей двух последних поколений не оставляет ученых сомнения в том, что Y и Z — прежде всего «цифровые» поколения. Представители поколения Z пользуется цифровыми технологиями с малых лет. В гаджетах и информационных технологиях они разбираются лучше, чем в людях, не говоря уже об отсутствии опыта жизни при советском строе [Радаев, 2019].

Объектом изучения филологокоммуникативных дисциплин, к которым относится риторика, является Человек Говорящий (Homo Loquens), при этом мы понимаем, что характеристики личности Homo Loquens, его ценностных и смысложизненных ориентаций будут оказывать влияние на формирование его жизненных идеалов, в том числе и идеала риторического, поэтому в рамках данного исследования нам важно понять и соотнести те качества, которые будут получены путем эмпирического исследования, с теми качествами, которые выделяются современными психологами у представителей поколения Z.

Педагог-психолог В.Ю. Гончарова отмечает следующие особенности представителей поколения Z: «Среди психологических характеристик выделяют инфантилизм, эгоцентризм, социальную неадаптированность. Среди особенностей мышления, его клиповость, неспособность воспринимать информацию, системно мыслить» [Гончарова, 2019, с. 73]. Возможно, данные черты, выделяемые психологами, отразятся на выборе «поколенчески-специфичного» идеала оратора.

Материалом исследования послужили результаты социолингвистического эксперимента, проведенного в 2020–2021 учебном году среди 200 студентов, обучающихся на первом курсе Алтайского филиала РАНХиГС по направлениям подготовки «Государственное и муниципальное управление» и «Юриспруденция». Знакомство с личными карточками студентов показало, что все участники эксперимента родились с 2001 по 2003 год, что подтверждает их формальную принадлежность к поколению Z с социологической точки зрения.

Участникам опроса было дано задание назвать трех лучших ораторов современности (т.е. начала XXI века) и в свободной форме перечислить по три качества, которые являются привлекательными в этих фигурах. Ограничений по сфере деятельности ораторов не было: это могли быть как политики, так и общественные деятели, звезды шоу-биз-

неса, журналисты, блогеры и проч. Всего было получено и обработано чуть более 600 ответов, потому что некоторые участники эксперимента приводили более трех ораторов.

Отметим, что участники эксперимента, обучающиеся на обоих направлениях, не будучи профессиональными филологами, понимают важность овладения ораторским искусством в профессиональной деятельности. Они отмечают, что для государственных служащих такая обязанность обусловлена, в первую очередь, тем, что оно прямо влияет на успешность публичного выступления, которое, в свою очередь, играет немаловажную роль в формировании отношения общества к государству. Умение верно и чётко преподнести свои мысли, цели и задачи является необходимым качеством для государственного служащего. Благодаря умению правильно говорить, представители власти могут убедить общество в необходимости тех или иных перемен, мотивировать общество к определенным действиям и, как следствие, вызвать доверие граждан.

При этом как будущие управленцы, так и будущие юристы изучают курс риторики, в рамках которого они знакомятся с античным и средневековым риторическим идеалом, в частности с представлениями Аристотеля, Цицерона, апологетов христианства, с древнерусским риторическим идеалом. Таким образом, на момент выполнения экспериментального задания в сознании его участников имелось представление о том, каков может быть идеальный оратор. Их задача заключалась в том, чтобы отобрать из представителей современности таких деятелей, на которых они сами хотели бы быть похожими, и указать те черты, которые их привлекают больше всего.

Результаты эмпирического исследования показали, что респонденты упомянули всего 55 различных личностей, 37 из которых являются гражданами России, а 18 — представителями других стран мира.

К числу русскоязычных лучших ораторов были отнесены Александр Невзоров, Владимир Соловьев, Дмитрий Губерниев, Дмитрий Нагиев, Владимир Путин, Ксения Собчак, Ирада Зейналова, Тина Канделаки, Дмитрий Медведев, Екатерина Андреева, Анастасия Ивлеева, Сергей Безруков, Владимир Жириновский, Алексей Навальный, Сергей Лавров, Иван Ургант, Павел Воля, Юрий Дудь, Артем Шмаков, Николай Дроздов, Александр Невский, Данила Поперечный, Александр Гордон, Роман Василенко, Михаил Лабковский, Сергей Шойгу, Ольга Скабеева, Дмитрий Пучков (Гоблин), Андрей Малахов, Руслан Белый, Сергей Собянин, Софья Плотникова, Максим Галкин, Геннадий Зюганов, Ирина Хакамада, Александр Петров, Владимир Довгань.

В число лучших зарубежных ораторов входят Эмма Уотсон, Джеймс Хьюмс, Илон Маск, Тим Кук, Билл Гейтс, Николас Вуйчич, Владимир Зеленский, Нил Деграсс Тайсон, Дональд Трамп, Ангела Меркель, Грета Тунберг, Барак Обама, Джордж Грегори Плитт, Тони Робинс, Хиллари Клинтон, Стив Джобс, Лиза Николс, Джим Керри.

Отметим, что деление ораторов по национальному признаку в рамках данного исследования не является для нас принципиальным, поскольку требования указать только российских ораторов перед участниками эксперимента не ставилось. Во-вторых, общая риторика выдвигает требования к качествам оратора вне зависимости от того языка, на котором он говорит. В-третьих, количественные результаты эксперимента говорят о том, что ориентация на зарубежные образцы не характерна для российских студентов — представителей поколения Z.

На этапе первичной обработки данных была проведена классификация по основному виду деятельности личности (в скобках дано количество представителей): актер (6), бизнесмен (5), общественный деятель (1), оратор (4), политический деятель (14), преподаватель (2), публицист (4), спичрайтер (1), телеведущий (9), ученый (2), шоумен (7)¹⁰.

Если говорить о гендерной принадлежности идеального оратора, то 42 из 55 упомянутых кандидатур являются мужчинами, что составляет 76% от общего числа.

Наиболее популярной категорией является категория «политический деятель» — 14 человек. Здесь названы такие известные личности, как Владимир Путин, Дмитрий Медведев, Владимир Жириновский, Алексей Навальный, Сергей Лавров, Владимир Зеленский, Сергей Шойгу, Дональд Трамп, Ангела Меркель, Барак Обама, Сергей Собянин, Геннадий Зюганов, Ирина Хакамада, Хиллари Клинтон.

В категории «политический деятель» тройку лидеров составляют 1) Владимир Вольфович Жириновский с результатом 16,25% от общего количества голосов, 2) Владимир Владимирович Путин с результатом 11,25% и Алексей Анатольевич Навальный с результатом 5%.

Результаты показывают, что В.В. Жириновский по-прежнему популярен среди молодежи. В доказательство данного тезиса проанализируем несколько высказываний участников эксперимента. Так, в одном из ответов читаем, что Владимир Вольфович: 1) *«может каждый приведенный пример очень четко аргументировать»*; 2) *«у него есть опыт*

¹⁰ Мы понимаем, что некоторых из упомянутых ниже персоналий нельзя однозначно отнести к той или иной сфере деятельности (например, как в случае с Ксенией Собчак и Алексеем Навальным), однако вынуждены пойти на эту условность, чтобы получить однозначную картину и подвести итоги по каждой категории.

в выступлениях на огромную аудиторию, он очень начитанный и знает много исторических фактов, событий, которые он может привести в нужный момент разговора»; 3) «говорит много правды, которая положительно воспринимается народом». Как видим, для отвечающего важны следующие показатели: 1) техника аргументации и эмоциональность речи; 2) опыт и знания; 3) честность и правдивость оратора.

Другие респонденты сходятся в том, что В.В. Жириновский «умеет управлять сознанием аудитории», используя в речи скрытые призывы и мотивируя миллионы поддерживать его идеи и взгляды.

Эксцентричное и эмоциональное поведение Владимира Вольфовича воспринимается представителями поколения Z в основном положительно («Это делает его выступления запоминающимися»; «Мастер красной риторики»; «Выступления похожи на шоу»; «Его выступления очень эмоциональные, яркие и убедительные» и т.д.) Многие респонденты отмечают и такое качество В.В. Жириновского, как готовность вступить в дискуссию, дебаты, полемику: «Легко ведет споры и может с легкостью защитить себя в дискуссии». Вероятно, именно в этом представители поколения Z хотели бы быть похожими на своего кумира.

Действующий президент России Владимир Владимирович Путин занимает вторую строчку в рейтинге в силу своего авторитета. Об этом говорит контент-анализ ответов респондентов. Многие из них отмечают, что Владимир Владимирович: 1) сдержан и спокоен (ср. высказывания респондентов: «Его речь и поступки внушают доверие»; «Речь сдержанная и последовательная»; «Его речь точная, четкая и твердая...»); 2) всегда разбирается в теме выступления («Всегда разбирается в теме. Не позволяет резких и грубых слов в адрес своей аудитории»; «Хорошо продуманные выступления, не содержащие ничего лишнего, но информативные»); 3) использует легкий юмор («Использует в своей речи юмор»; «Легкий юмор, плавная жестикуляция, не отвлекает внимание» и т.д.).

Итак, к общим чертам образов В.В. Жириновского и В.В. Путина как ораторов можно отнести их опыт и владение предметом речи, а к отличительным — разные стили подачи: сдержанный у В.В. Путина и эмоционально-взрывной у В.В. Жириновского.

Алексей Анатольевич Навальный, расположившийся на третьем месте среди ораторов-политиков, по мнению респондентов, обладает своим набором ключевых качеств: 1) умение простым языком излагать сложную информацию; 2) ответственный и скрупулезный подход при подготовке материала выступления; 3) умение чувствовать настроение

аудитории, особенно молодежи. Многие респонденты также отмечают харизматичность, прямолинейность и открытость А.А. Навального.

Отметим, что Алексей Навальный известен как оппозиционный политик-блогер, который неоднократно успешно агитировал людей выйти на митинг против действующей власти посредством своего Youtube-канала, который на 01.06.2021 имеет более 6,46 млн подписчиков. А. Навальный с 2013 года активно позиционирует себя как истинный борец за справедливость, поэтому стал популярен среди молодых людей.

Подводя промежуточный итог, отметим, что общие черты наиболее популярных ораторов-политиков могут быть сформулированы, как 1) наличие своего собственного, узнаваемого стиля подачи; 2) честность со своей целевой аудиторией; 3) наличие опыта и знаний в сфере деятельности оратора. Иными словами, оратор-политик воспринимается представителями поколения Z не с позиции авторитета и объема власти и полномочий, а с позиций «экспертности», т.е. сочетания уникального опыта и знаний с оригинальной формой подачи.

Второй по количеству персон является категория «телеведущий», в которую вошли следующие 9 человек: Владимир Соловьев, Дмитрий Губерниев, Ксения Собчак, Ирада Зейналова, Тина Канделаки, Екатерина Андреева, Николай Дроздов, Ольга Скабеева, Андрей Малахов.

В данной категории лидером с существенным отрывом стала Ксения Собчак, набравшая 4,375% от общего количества голосов. На втором месте расположился Владимир Соловьев с результатом 2,5%, на третьем — спортивный комментатор Дмитрий Губерниев (1,875%).

К. Собчак баллотировалась в президенты в 2018 году и была «кандидатом против всех», она известна своим эпатажным поведением, и в силу своей профессиональной деятельности на телевидении является медийной личностью, что, несомненно, способствует формированию у нее умения выдерживать общественное давление и привлекать внимание аудитории, владения техникой невербальной коммуникации.

Отметим также, что Ксения Собчак заняла первое место среди ораторов-женщин, существенно опередив телеведущую Тину Канделаки, которая набрала лишь 1,25 % от общего количества голосов.

В качестве основных характеристик Владимира Соловьева респонденты отмечают «жесткость позиции», чувство юмора, эмоциональность и целеустремленность. Также к положительным чертам его как оратора относят то, что он всегда хорошо разбирается в предмете обсуждения и его готовность отстаивать свою точку зрения.

Характеризуя Дмитрия Губерниева, занимающего третью строчку в категории «телеведущий», один из участников эксперимента пишет:

«Он является профессионалом своего дела, знает много в сфере спорта. Умеет создавать образ веселого и харизматичного и, главное, хорошего человека, “своего парня”». Данная цитата говорит о том, что респонденты понимают, что реальный человек и образ телеведущего, который он создает, — это два разных феномена, однако профессионализм заключается в качественном создании этого образа, т.е. оратор-телеведущий, в отличие от оратора-политика, не должен быть хорошим и честным, он должен создавать впечатление такого человека.

К категории «шоумен» были отнесены 7 человек: Дмитрий Нагиев, Анастасия Ивлеева, Иван Ургант, Павел Воля, Данила Поперечный, Руслан Белый, Максим Галкин. Принципиальное отличие категории «шоумен» от категории «телеведущий» заключается для нас в том, что последний работает исключительно на телевидении, в то время как шоумен может быть и актером, и продюсером, и блогером, и стендап-комиком в одном лице, используя различные средства для коммуникации со своей целевой аудиторией.

Лидером в данной категории стал Павел Алексеевич Воля — российский эстрадный артист разговорного жанра, телеведущий, киноактёр, резидент и ведущий проекта «Comedy Club», он набрал 7,5% от общего числа голосов. Согласно мнению респондентов, главным качеством, отличающим Пашу Волю от других ораторов, является *«непревзойденное»* чувство юмора, которое он использует для того, чтобы обсуждать с публикой актуальные темы, волнующие ее. По словам участников эксперимента, Павел *«очаровывает аудиторию остроумием», «импровизирует в необычных ситуациях», «доносит важные мысли через юмор»* Особое восхищение у публики вызывает тот факт, что Павел, будучи по образованию учителем русского языка, умеет *«обернуть шутку человека против него же самого»* и часто при этом использует *«грубый юмор»*, т.е. может использовать ненормативную лексику.

На втором месте с результатом 3,125% от общего числа голосов расположился Иван Ургант — российский актёр, шоумен, теле- и радиоведущий, певец, музыкант, композитор, продюсер, сценарист, режиссёр. Поколению Z он известен в основном как ведущий программы «Вечерний Ургант» на «Первом канале». Респонденты отмечают, что Иван *«легко совмещает общественные проблемы с юмористической формой выражения», «хорошо чувствует собеседника и в любой ситуации может поддержать разговор».*

Третье место в данной категории занял Данила Поперечный (1,25%) — российский видеоблогер и стендап-комик, который, по мнению участников эксперимента, *«не боится выражать и ярко отстаивать свое мнение не только об общественных проблемах, но и о государственной власти».*

Подводя промежуточный итог, отметим, что для ораторов-шоуменов важно чувство юмора, открытость, готовность затрагивать актуальные для российского общества проблемы и обсуждать их в своих речах.

В число ораторов-актеров вошли Эмма Уотсон, Сергей Безруков, Александр Невский, Джон Грегори Плитт, Александр Петров, Джим Керри. В данной категории безоговорочным лидером стал Народный артист Российской Федерации Сергей Витальевич Берзуков, набравший 2,5% голосов, тогда как остальные кандидатуры набрали менее 1% голосов.

Показательной является развернутая характеристика, данная одним из участников эксперимента, приведем ее полностью: «1. Он близок с народом и легко может с ним общаться на бытовые темы, этим приближая к себе людей. 2. Имеет сильную энергию, которую использует в своих выступлениях, приводя людей в восторг и вдохновляя на творчество. 3. Он искренний и честный. Люди верят его словам и доверяют ему, выражая это в своей реакции на выступления». Таким образом, респондент отмечает открытость актера для контакта с аудиторией, его энергетичность, искренность и честность, что в целом соотносится с качествами ораторов, названных в других категориях.

В категории «бизнесмены» (Илон Маск, Тим Кук, Билл Гейтс, Роман Василенко, Стив Джобс) первое место с результатом 1,875% разделили Илон Маск и Стив Джобс.

Илон Маск является, пожалуй, самым известным изобретателем и по совместительству миллиардером современности, который достиг успеха благодаря воплощению самых смелых своих идей. Респонденты характеризуют его как оратора так: «1. Он искренен, и аудитория сосредоточена только на его убеждениях. 2. Неординарными идеями он бросает вызов устоявшимся понятиям, что вызывает интерес слушателей. 3. Обладает высоким уровнем интеллектуального развития». Отметим, что вторая характеристика относится более к личности Маска, нежели его «речевым» характеристикам, однако его искренность и неординарность вызывают подлинный интерес даже далеких от технологий людей.

Стивен Пол Джобс, скончавшийся после продолжительной болезни в 2011 г., — американский предприниматель, изобретатель и промышленный дизайнер, получивший широкое признание в качестве пионера эры информационных технологий — продолжает быть ориентиром как мастер бизнес-презентаций, поскольку его выступления привлекают простотой, лаконичностью и открытостью. Можно сказать, что его образ в черной водолазке стал своеобразной «иконой стиля» для поколения Z, потому что именно он изобрел те гаджеты, которыми пользуется молодежь.

Категорию «оратор», т.е. человек, который профессионально выступает с речами на публике, составили такие личности, как Николас Вуйчич, Тони Робинс, Владимир Довгань, Лиза Николс. Персоналии из данной категории, вероятно, известны тем представителям поколения Z, которые интересуются секретами успешного публичного выступления, тренингами по развитию личности, личной эффективности. Лидеров в данной категории стал Николас Вуйчич (1,25%) — австралийский мотивационный оратор, меценат и писатель, рождённый с синдромом тетраамелии — редким наследственным заболеванием, приводящим к отсутствию всех четырёх конечностей. Возможно, это и стало секретом его успеха у публики, которая восхищается его упорством и трудолюбием: респонденты отмечают его чувство юмора, самоиронию, веру в себя и свои силы.

Еще одной категорией, в рамках которой развернулась борьба за лидерство среди ораторов, стала категория под условным названием «публицисты», т.е. люди, которые свободно излагают свою точку зрения по общественным и социально-политическим вопросам. Здесь присутствует 4 персоналии: Александр Невзоров, Юрий Дудь, Александр Гордон, Дмитрий Пучков (Гоблин).

На первом месте находится журналист и блогер Юрий Дудь (3,75 %), второе место поделили два Александра: Гордон и Невзоров (1,25%), на третьем находится Дмитрий (Гоблин) Пучков — менее 1% голосов.

Черты всех четырех человек, согласно результатам эксперимента, удивительно схожи: участники отмечают их 1) открытость и прямоту; 2) высокий профессионализм; 3) высокий уровень владения речевыми технологиями (интервью, монологическая речь).

В категории «общественный деятель» находится только Грета Тунберг, которая является экологической активисткой и известна своими эмоциональными выступлениями. В категории «спичрайтер» также представлен один человек — Джеймс Хьюмс, который работал спичрайтером в Белом доме, писал речи для президентов США. Респонденты отмечают его харизматичность, заслуги в разработке методики по изучению риторики, его плодовитость как автора множества книг, среди которых имеет весьма популярная — «Секреты великих ораторов».

Если обобщать итоги рассмотрения всех категорий, то топ-3 лучших оратора современности, согласно представлениям студентов Алтайского филиала РАНХИГС — представителей поколения Z, составляют В.В. Жириновский (16,25%), В.В. Путин (11,25%) и П.А. Воля (7,5%).

Что касается образа идеального оратора (риторического идеала), то анализ ответов респондентов по всем представленным категориям показывает, что типичными характеристиками являются следующие:

- 1) этико-эстетические категории: открытость, честность, правдивость, искренность, профессионализм;
- 2) риторические принципы: наличие своего собственного, узнаваемого стиля подачи (эмоциональность / сдержанность); интеллектуальность; логичность мышления и речи; креативность; чувство юмора (самоирония); актуальность повестки выступления; «экспертность»;
- 3) требования к речевому поведению: высокий уровень владения речевыми технологиями, легкое ведение спора; владение техниками аргументации; простота и понятность речи; постоянный контакт с аудиторией.

Если сравнивать полученный нами в результате анализа риторический идеал с аристотелевским, то отличия будут не такими уж и существенными, как кажется на первый взгляд. Оратор по-прежнему должен быть высокообразованным, безупречно честным и обладать речевым мастерством. Общественная активность (по Аристотелю) сегодня заменяется активной деятельностью в рамках своей профессии, а вот уважаемая народом должность и государственные заслуги трансформируются в некое общественное признание, которое отмечается через систему рейтингов (например, ТВ-рейтинги, количество просмотров или подписчиков на YouTube или в социальных сетях).

Таким образом, исследование показало, что базовый блок риторического идеала, связанный с этико-эстетическими категориями и риторическими принципами, в восприятии поколения Z остается неизменным, отчасти меняются лишь требования к речевому поведению и оформлению речи: она должна быть более простой и лаконичной, но в то же время более креативной и оригинальной, чтобы быть замеченной и пробиться сквозь информационный шум современного общества к своему адресату — представителю поколения Z — молодому человеку, около 20-25 лет, только вступающему в активную взрослую жизнь.

Библиографический список

Гончарова В.Ю. Психологические особенности поколения Z // Аллея науки. 2019. № 12 (39).

Кириллова Н.Н. Риторический идеал с точки зрения современного студента // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2016. № 3.

Михальская А.К. Основы риторики: учебник для общеобразовательных учреждений. М., 2002.

Мошкина О.В. Медиакультура как «катализатор» общепринятого риторического идеала // Челябинский гуманитарий. 2013. №3 (24).

Радаев В. Миллениалы: Как меняется российское общество. М., 2019.

Сибирев В.А., Головин Н.А. Межпоколенческие различия в удовлетворенности жизнью и чувстве счастья в России (на материалах Европейского социального исследования) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2020. № 1.

Стернин И.А. Опыт экспериментального выявления риторического идеала носителя русской коммуникативной культуры // Риторические дисциплины в новых государственных стандартах. М., 2002.

Тимонина И.В. К вопросу о корреляции понятий «педагогический идеал» и «риторический идеал»: историко-педагогический аспект // Образование и наука. 2010. №11 (79).

Тихонова Т.Е. Риторический идеал как системообразующий фактор в процессе формирования коммуникативной культуры младших школьников // Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах: материалы 8-й Международной научно-методической конференции в 2-х ч. Ч. 2. Сочи, 2005.

Чувакин А.А., Медведев С.А. Риторика в контексте филолого-коммуникативной проблематики как фактор изучения эффективности общения // Риторика в контексте образования и культуры : материалы XIX Международной научной конференции, посвящается 100-летию РГУ имени С.А. Есенина / отв. ред. И.Ю. Нефедова. Рязань, 2015.

Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company, 1991.

References

Goncharova V.Yu. *Psikhologicheskie osobennosti pokoleniya Z*. [Psychological features of generation Z] In: *Alleyanauki*. [Alley of science]. 2019. No 12 (39).

Kirillova N.N. *Ritoricheskiy ideal s tochki zreniya sovremennogo studenta*. [Rhetorical ideal from the point of view of a modern student]. In: *Vestnik NGTU im. R.E. Alekseeva*. [Bulletin of NSTU named after R.E. Alekseev]. 2016. No 3.

Mikhail'skaya A.K. *Osnovy ritoriki: uchebnik dlya obshcheobrazovatel'nykh uchrezhdeniy*. [Foundations of rhetoric: a textbook for educational institutions]. Moscow, 2002.

Moshkina O.V. *Mediakul'tura kak «katalizator» obshchepriyatogo ritoricheskogo ideala*. [Media culture as a "catalyst" of the generally accepted

rhetorical ideal]. In: *Chelyabinskiy gumanitariy*. [Chelyabinsk Humanitarian]. 2013. No 3 (24).

Radaev V. *Millenialy: Kak menyaetsya rossiyskoe obshchestvo*. [Millennials: How Russian Society is Changing]. Moscow, 2019.

Sibirev V.A., Golovin N.A. *Mezhpokolencheskie razlichiya v udovletvorennosti zhizn'yu i chuvstve schast'ya v Rossii (na materialakh Evropeyskogo sotsial'nogo issledovaniya)*. [Intergenerational Differences in Life Satisfaction and Feelings of Happiness in Russia (Based on the Materials of the European Social Research)]. In: *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. 2020. No 1.

Sternin I.A. *Opyt eksperimental'nogo vyyavleniya ritoricheskogo ideala nositelya russkoy kommunikativnoy kul'tury*. [Experience of experimental identification of the rhetorical ideal of the bearer of Russian communicative culture]. In: *Ritoricheskie distsipliny v novykh gosudarstvennykh standartakh*. [Rhetorical disciplines in new state standards]. Moscow, 2002.

Timonina I.V. *K voprosu o korrelyatsii ponyatiy «pedagogicheskiy ideal» i « ritoricheskiy ideal»: istoriko-pedagogicheskiy aspekt*. [To the question of the correlation of the concepts of “pedagogical ideal” and “rhetorical ideal”: the historical and pedagogical aspect]. In: *Obrazovanie i nauka*. [Education and Science]. 2010. No 11 (79).

Tikhonova T.E. *Ritoricheskiy ideal kak sistemoobrazuyushchiy faktor v protsesse formirovaniya kommunikativnoy kul'tury mladshikh shkol'nikov*. [The rhetorical ideal as a system-forming factor in the process of forming the communicative culture of primary schoolchildren]. In: *Proektirovanie innovatsionnykh protsessov v sotsiokul'turnoy i obrazovatel'noy sferakh: Materialy 8-y Mezhdunarodnoy nauchno-metodicheskoy konferentsii v 2-kh ch*. [Designing innovative processes in the socio-cultural and educational spheres: Materials of the 8th International Scientific and Methodological Conference in 2 vol.]. Vol. 2. Sochi, 2005.

Chuvakin A.A., Medvedev S.A. *Ritorika v kontekste filologo-kommunikativnoy problematiki kak faktor izucheniya effektivnosti obshcheniya*. [Rhetoric in the context of philological and communicative problems as a factor in studying the effectiveness of communication]. In: *Ritorika v kontekste obrazovaniya i kul'tury*. [Rhetoric in the context of education and culture]. Materials of the XIX International Scientific Conference, dedicated to the 100th anniversary of the S.A. Yesenin. Ryazan. 2015.

Howe N., Strauss W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company. 1991.