

# ИНВЕНЦИЯ

Использован материал из книг:  
Е.В. Клюев «Риторика»;  
Р.Гандапас «Камасутра для оратора».

Инвенция (в переводе на русский язык - изобретение) есть **искусство добывания и предварительной систематизации материала.**

Как раздел риторики инвенция предполагала разработку проблематики, связанной с предметной областью речи, а именно с тем, о чём пойдёт разговор.

В повседневной реальности мы говорим о тех предметах и явлениях окружающего нас мира, которые, с нашей точки зрения, этого заслуживают, то есть **интересны.**

## Виды интереса:

- общественный,
- групповой,
- индивидуальный.

Успех любого речевого взаимодействия тоже зависит от того, какого рода интересы движут собеседниками.

Интересы эти со всей очевидностью должны быть общими.

Чем менее индивидуальный интерес представляет предмет, тем больше потенциальных собеседников находится в моём распоряжении.

## Проблема:

предмет, применительно к которому наблюдается общественный интерес, далеко не всегда известен говорящему в той же степени, в какой ему обычно известен предмет его индивидуального интереса.

## Решение:

**Изменить вид** предмета, причём изменить его не столько для аудитории (для неё предмета этого пока так и так нет!), сколько для меня самого.

**Общественно  
неинтересных тем не  
существует - существуют  
лишь неправильно  
градуированные темы.**



## Риторические места (топосы)

(классификация представлена на основе работ Л. Иванова)

### 1. Условия: Кто? Что?

**Топосы:** определение предмета; род и вид; часть и целое; тождество, подобие и сравнение – сходства и различия и т. д.

**Пример:** предмет (что?) – компьютер; аудитория (для кого?) – для филологов; внутренняя архитектура компьютера (центральный процессор, постоянное запоминающее устройство и др.); периферийные устройства, сети компьютеров, глобальная сеть и т. д. Сравнение: компьютер и телевизор, компьютер и мобильный телефон (общие функции) и т. д.

### 2. Условия: Как? С помощью кого? При посредстве чего?

**Топосы:** методы, способ и образ действия, взаимосвязанные субъекты и объекты, инструменты и т. д.

**Пример:** принципы действия компьютера (передача электрических сигналов, полупроводниковые матрицы, цифровое кодирование сигнала), роль человека-оператора, программное обеспечение.

### 3. Условия: Где? Когда?

**Топосы:** место – географически, социально (в каких слоях общества); расстояние (близко-далеко); время (утро-день-ночь), эпоха (современная, классическая) и т. д.

**Пример:** история возникновения компьютера, страны, где впервые появились компьютеры, социальные структуры. Время возникновения: XX в. и т. д.

### 4. Условия: Зачем? Почему?

**Топосы:** причины, цели, намерения, последствия и т. д.

**Пример:** почему возникли высокие технологии, к чему может привести глобальная компьютеризация, последствия информационных войн и т. д.

«Что должны СДЕЛАТЬ ваши слушатели после выступления?» Не «сходить в буфет», а имеется в виду вот что:

- ? проголосовать за вашу партию;
- ? приобрести вашу продукцию;
- ? утвердить ваш проект рекламной кампании;
- ? повысить вас в должности;
- ? заключить контракт с вашей фирмой;
- ?... (ваш вариант).

## СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ.

Прежде всего нам необходимо ответить на вопрос  
КТО?

Кто будет в зале, что это за люди? Где они работают? Сколько им лет? Чем они занимаются, кроме работы? Каковы их политические пристрастия? Каков их доход? Каково семейное положение? Каков уровень образованности?

## ЧТО?

Что привело их на ваше выступление? Чего они ждут? Что надеются услышать? Что они будут делать с полученной информацией? Что их пугает (очень важно!!!)? Каковы их опасения? Что их радует? К чему они стремятся? Что они уже думают о вас и представляемом вами продукте, например?

ГЛАГОЛ.

Самое главное, как вы понимаете, ЧТО ОНИ СДЕЛАЮТ? Что сделают эти люди после вашего выступления?

Или, точнее, что они должны сделать?

А ещё точнее, что бы вы хотели, чтобы они сделали?

## ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ.

Следующий вопрос, разумеется, КАКИЕ? Какие аргументы могут их убедить? Какие факты и идеи могут их оттолкнуть? Какие приёмы и ловкие ходы допустимы в презентации, а каких стоит избегать? Какие слова и выражения не стоит и использовать, а какие пригодятся?