

Учреждение образования
“Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина”

МЕДИАРИТОРИКА

Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 1-23 01 07
«Информация и коммуникация»

Брест
БрГУ имени А.С. Пушкина
2025

УДК 808.5(075.8)
ББК 81-5я73

Составители:

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики
УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

И. В. Пивоварчик

кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой
белорусского и русского языкознания

УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

Н. Р. Якубук

Рецензенты:

кафедра лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций
УО «Брестский государственный технический университет»

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры белорусского и русского
литературоведения и журналистики

УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

С. С. Клундук

Медиариторика : электрон. учеб.-метод. комплекс для студентов специальности
1-23 01 07 «Информация и коммуникация» / Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина ; сост.:
И. В. Пивоварчик, Н. Р. Якубук. – Брест : БрГУ, 2025. – URL :

Электронный учебно-методический комплекс разработан в соответствии с учебной программой по дисциплине «Медиариторика» и может быть использован при планировании и проведении лекционных и практических занятий, для подготовки промежуточной аттестации и оценки уровня освоения дисциплины студентами филологического факультета специальности «Информация и коммуникация».

Разработано в формате pdf.

Текстовое учебное электронное издание

Системные требования: тип браузера и версия любые; скорость подключения
к информационно-телекоммуникационным сетям любая; дополнительные надстройки
к браузеру не требуются.

УДК 808.5(075.8)
ББК 81-5я73

© УО «Брестский государственный
университет имени А.С. Пушкина», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

<u>Введение</u>	4
<u>Содержание учебного материала</u>	6
<u>Примерный тематический план</u>	9
<u>Теоретический раздел</u>	10
<u>Тема 1. Введение в ретирику</u>	10
<u>Тема 2. Из истории развития ретирику как самостоятельной дисциплины</u>	15
<u>Тема 3. Медиаретирика как деятельность, дисциплина, мировоззрение</u>	26
<u>Тема 4. Современная модель ретирической инвенции</u>	31
<u>Тема 5. Современная модель ретирической диспозиции</u>	36
<u>Тема 6. Современная модель ретирической элокуции</u>	44
<u>Материалы к практическим занятиям</u>	51
<u>Тема 1. Введение в ретирику</u>	51
<u>Тема 2. Из истории развития ретирику как самостоятельной дисциплины</u>	52
<u>Тема 3. Медиаретирика как деятельность, дисциплина, мировоззрение</u>	60
<u>Тема 4. Современная модель ретирической инвенции</u>	63
<u>Тема 5. Современная модель ретирической диспозиции</u>	65
<u>Тема 6. Современная модель ретирической элокуции</u>	68
<u>Тема 7. Оценочная шкала речи. Практика публичных выступлений</u>	71
<u>Тема 8. Функциональный аспект ретирику. Основные жанровые группы монологической речи</u>	73
<u>Материалы для контроля знаний</u>	78
<u>Вопросы к экзамену</u>	78
<u>Контрольный тест</u>	79
<u>Список использованной и рекомендуемой литературы</u>	83

ВВЕДЕНИЕ

Учебная дисциплина «Медиариторика» является необходимой частью профессиональной подготовки студентов, приобретающих квалификацию специалиста по связям с общественностью. Данная дисциплина развивает общие коммуникативные способности студентов, поэтому она весьма важна для освоения других дисциплин, требующих осмысленного построения устных и письменных текстов, а также для практической деятельности журналистов.

Основное внимание в содержании дисциплины уделяется определению специфики публицистического текста, его организации с точки зрения риторических основ журналистики как практической сферы. Риторические принципы и методология создания медийных материалов раскрываются на примере вербальных ситуаций современности. Преподавание должно носить системный и творческий поисково-ориентированный характер, способствовать усвоению студентами основ избранной специальности, закреплению теоретических знаний, приобретению профессиональных навыков.

Специфика языка современных СМИ определяется не столько самой информационной функцией, сколько задачами медийного воздействия. Масштаб воздействия информации на общественное мнение заставляет журналистику быть катализатором выражения неизбежных социальных эмоций и мнений, даже если оценочность маскируется под объективность. Речевая деятельность профессионального коммуникатора в тесной связи с актуализируемыми социальными действиями определяет основные приоритеты развития общества и отражает механизм организации речевого общения между субъектами коммуникации – СМИ и человека.

Целью дисциплины является овладение мастерством убеждения, направленного на поиск истины, и совершенствование навыков установления коммуникативного контакта с аудиторией во время выступления.

Целью электронного учебно-методического комплекса является помощь в организации самостоятельной работы студентов при освоении дисциплины «Медиариторика», а также при подготовке к практическим занятиям и экзамену. Разработка будет способствовать решению основных задач изучения дисциплины:

- ознакомление с типологией риторических идеалов античности и современности; синтез исторических знаний в преломлении современных теорий риторики;
- формирование у студентов представления об особенностях структуры, композиции и содержания речи;
- овладение риторическими стратегиями и тактиками, методами целенаправленного изложения материала;
- совершенствование навыков организации речевого текста;

- содействие развитию умения самостоятельно готовить речь и достижения коммуникативного контакта с аудиторией при произнесении речи;
- обобщение опыта современных мастеров ораторского искусства;
- выявление критериев отбора речевых средств в соответствии с коммуникативной задачей;
- формирование качества гражданственности, бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям белорусского народа.

В учебно-методический комплекс входят такие разделы, как «Содержание учебного материала», «Теоретический раздел», «Материалы к практическим занятиям», «Материалы для контроля знаний», «Список использованной и рекомендуемой литературы».

Электронный учебно-методический комплекс «Медиариторика» составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация, учебного плана учреждения образования по специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация и учебной программы «Медиариторика».

Дисциплина изучается студентами дневной формы получения образования на 3 курсе в 6 семестре.

На изучение дисциплины отводится 90 часов, в том числе 34 аудиторных часа: 12 лекционных и 22 практических. Форма промежуточной аттестации – экзамен (6 семестр).

Предлагаемое пособие может быть использовано преподавателями, студентами специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация на лекционных и практических занятиях, при проведении спецкурсов и спецсеминаров, написании курсовых и дипломных работ.

[К содержанию](#)

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в риторику. Понятие риторики. Соотношение понятий риторика, ораторское искусство, красноречие и мастерство устного публичного выступления. Предмет и задачи. Общие и частные законы риторики. Классический риторический канон как основа составления и произнесения речи. Исторические условия развития практики и теории красноречия. Предпосылки необходимости включения риторики в учебный процесс.

Тема 2. Из истории развития риторики как самостоятельной дисциплины. Периодизация истории риторики: риторика античности, Средних веков, эпохи Возрождения, Нового времени, неориторика.

Античные культурные традиции – благоприятный фактор выделения риторики в самостоятельную науку. Структура античной риторики. Источники красноречия. Виды красноречия: торжественное, совещательное, судебное. Задачи оратора. Элементы речи: нахождение материала (*inventio*), расположение материала (*dispositio*), словесное выражение (*elocutio*), запоминание (*memoria*) и произношение (*actio*).

Риторика в Древней Греции. Риторика в Афинах (софист Горгий). Появление ораторов и теоретиков риторики в Древнем Риме. Философская риторика Марка Туллия Цицерона. Квинтилиан и Тацит. Предпосылки создания отдельной отрасли научного знания – риторики. Обобщение эмпирического материала по ораторскому искусству в трудах Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана. Превращение риторики в нормативную дисциплину. Учение об интонации, мимике, жестах, способствующих эффективности речи. Место риторики среди гуманитарных дисциплин в Средние века (одна из семи «избранных наук»).

Риторика в эпоху Возрождения. Условия формирования риторики и красноречия в Беларуси. Своеобразие красноречия в Беларуси. Кирилл Туровский – церковный деятель, писатель, проповедник. Проповеди К. Туровского. Красота, торжественность церковных проповедей К. Туровского. Григорий Цамблак – религиозный деятель, писатель, представитель торжественного красноречия в Беларуси. Панегирические и торжественные проповеди на праздники и отдельные случаи религиозной жизни. Ф. Скорина – белорусский первопечатник, энциклопедист. Предисловия, комментарии, аннотации Скорины к библейским книгам.

Сближение риторики и стилистики. Риторика и эпоха романтизма. Упадок риторики как науки (начало XIX в.). Период неориторки («общей риторики»). Место риторики в теоретико-коммуникативной концепции.

Тема 3. Медиариторика как деятельность, дисциплина, мировоззрение. Культурологический феномен СМИ. Функция воздействия речи. Становление и развитие медиариторки в условиях становления информационного общества. Медиакультура и классическая риторика. Медиакартина мира. Медиадискурс. Медиариторика как

деятельность и дисциплина. Задачи медиариторики. Понятие, характеристика и дифференциация риторического идеала. Медиариторический этос, логос, пафос. Дискурсивный подход и характер связей различных когнитивных систем и условия успешности речевых актов в конкретных ситуациях. Мотивация и способы предоставления информации. Дискурс и классические стратегии построения текста в жанровой комбинации.

Тема 4. Современная модель риторической инвенции.

Фундаментальные проблемы риторической инвенции. Информация в структуре инвенции. Аргументация как проблема изобретения. Образы оратора и аудитории как проблема инвенции. Проблема информационного воздействия. Проблема аргументации. Зависимость аргументации от типа дискурса и структур убеждения. Аргументация как модель убеждения или объяснения. Классификация аргументов. Основные виды аргументации. Проблема компетентности и мотивации оратора и аудитории. Имидж оратора, его компоненты, типы ораторов (общая характеристика). Свойства (портрет) аудитории, параметры её оценки. Общие принципы и средства управления вниманием аудитории. Понятие аудитории. Типы аудитории. Характеристики аудитории. Способы привлечения и удержания внимания аудитории. Оценка эффективности устного выступления.

Тема 5. Современная модель риторической диспозиции.

Диспозиция как расположение материала. Диспозиция как построение аргументации. Понятие композиции выступления: разбивка материала на части, определение последовательности их расположения и установление соотношений частей между собой и со всей речью в целом. Универсальность традиционной трехчастной схемы структуры риторического текста: вступление, основная часть, заключение. «Правило золотого сечения» Леонардо да Винчи применительно к композиции устной публичного выступления. Композиционное обрамление речи. Виды вступления. Риторические требования к вступлению и заключению. Способы развития основной части речи. Классификация по наличию/отсутствию и характеру смысловой связи подтем: параллельный, хронологический (исторический) и логический способы построения. Виды логического изложения: дедуктивный (аналитический), индуктивный (синтетический), изложение по аналогии. Комбинированное изложение материала – наиболее типичный случай в реальном построении речи.

Тема 6. Современная модель риторической элокуции.

Риторические фигуры и тропы как способы преобразования синтаксических структур значений. Тропы как положительные аналоги логических ошибок. Прямые (логические) и косвенные (паралогические) средства информационного воздействия. Тропы как сдвиги (искажения) в названии. Количественные и качественные сдвиги. «Гипербола – литота» как интервал количественных сдвигов. Проблема сравнения (сопоставления) явлений: тождество (парафраз, эвфемизм, дисфемизм);

сходство (метафора); смежность (метонимия); контраст (антифразис, или ирония). Риторические фигуры и риторические тропы как основа фигуральности риторического мышления. Метонимизация, эвфемизация и дисфемизация как основные приемы политической риторики. Метафоризация и мифологизация. Ирония как несовместимость положительного смысла и отрицательного подтекста. Сарказм как крайнее выражение иронии. Ирония как проблема инвенции и эллокуции. Плеоназм и абсурд как риторические фигуры. Роль и функции абсурдных наименований.

Тема 7. Оценочная шкала речи. Практика публичных выступлений. Внешний образ оратора. Выбор места по отношению к трибуне и аудитории. Уверенность в себе. Поза. Энергичность. Уместность. Подвижность. Мотивированность мимики. Достаточность, разнообразие, естественность, уместность и осмысленность жестов. Тема и цель выступления. Соответствие интересам и уровню знаний аудитории. Точность сформулированной цели.

Ясность структуры и основных положений выступления. Достаточность повторений. Исчерпывающая полнота определений. Целесообразность переходов. Достаточность и уместность примеров, цитат.

Проблема установления контакта с аудиторией. Контакт как результат совместной мыслительной деятельности и взаимопонимания. Критерии понимания. Запоминание и произнесение выступления. Заранее подготовленная (полностью или частично записанная) речь.

Идея и основная мысль выступления. Выступление как ответ на вопросы (актуальные, тревожные и т. д.). Подробное конспектирование. Речь как импровизация. Экспромт как условие и следствие развития самостоятельности мышления и ораторской уверенности в себе.

Произношение. Голос. Темп. Тембр. Артикуляция звуков. Культура речи. Точность (термины, видовые определения). Уместность (соответствие теме, лексика, цитаты, риторические приемы). Выразительность (тропы, отсутствие тавтологий и плеоназмов, выразительные средства). Аргументированность (подбор аргументов, логика, композиция аргументов). Оригинальность (идей, подачи материала). Нормированность речи (лексическая и грамматическая). Диалогичность по форме и содержанию. Онтологичность. Гармонизация. Достижение раппорта (понимания, гармонии, обратной связи, эмоционального состояния аудитории). Оценка презентации.

8. Функциональный аспект риторики. Основные жанровые группы монологической речи. Основные жанровые группы монологической речи. Информационная речь. Жанровая дифференциация информационной речи. Убеждающая речь. Важнейшие жанры убеждающей речи: парламентская речь, обвинительная и защитная речь и др. Речь, призывающая к действию. Основные жанры призывных речей: обращение и его обусловленность сферой выступления, рекламная речь.

Вдохновляющие, развлекательные и секретные речи как разновидности классической речи. Важнейшие жанры: поздравительная и приветственная речь, эпитафия, проповедь. Развитие речей: концептуальный и текстовый уровни.

[К содержанию](#)

Примерный тематический план

№ п/п	Название темы	Лекции	Практические занятия
1	Введение в риторику	2	2
2	Из истории развития риторики как самостоятельной дисциплины	2	4
3	Медиариторика как деятельность, дисциплина, мировоззрение	2	2
4	Современная модель риторической инвенции	2	2
5	Современная модель риторической диспозиции	2	2
6	Современная модель риторической элокуции	2	2
7	Оценочная шкала речи. Практика публичных выступлений		4
8	Функциональный аспект риторики. Основные жанровые группы монологической речи		4
	Всего	12	22

[К содержанию](#)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЗЕЛ

Тема 1 ВВЕДЕНИЕ В РИТОРИКУ

Можно сказать, что риторика – «общая» наука для всех интеллектуальных профессий. Поскольку основные профессии в обществе всегда были «речевыми», то подготовка современного специалиста по связям с общественностью строится на развитии речевых способностей и формировании профессиональной языковой личности. Для профессионального коммуникатора исключительное значение имеет владение речевыми навыками – умение выступать публично, вести беседу на различные темы, как специализированные, так и бытовые, принимать участие в дискуссиях, спорах, диспутах, уметь правильно и грамотно задавать вопросы и уверенно вступать в беседу, грамотно и точно доносить свои мысли как устно, так и письменно. Риторика изучает закономерности речевого поведения в различных ситуациях общения и сферах деятельности и дает практические рекомендации по повышению эффективности коммуникативного контакта с аудиторией. Риторика, обучающая искусству убеждения, имеет большое значение для общественно-политической деятельности. Воздействуя на общественное сознание, оратор формирует определенную мысль, мнение, которое «управляет» миром. Умение владеть словом, наглядно выражать свои мысли способствует всестороннему развитию творческой личности, повышению общей культуры человека.

Современная риторика изучает структуру риторической деятельности человека, риторические каноны (правила) построения публичной речи, описывает систему наиболее эффективных и целесообразных языковых средств воздействия на адресата. Дает алгоритм речевого поведения человека.

Термин риторика имеет греческое происхождение (греч. *rhetorike* – «ораторское искусство»). На латыни он звучит как красноречие. Риторика связана с понятиями ораторского искусства, красноречия, мастерства устного публичного выступления.

В античных писаниях часто говорилось о божественном происхождении науки ораторского искусства. Когда-то на земле постоянно шли войны, возникали постоянные конфликты и споры. Когда Юпитеру надоело наблюдать за всем этим, он призвал Меркурия и приказал ему дать людям Риторику, которая научила бы их решать споры мирным путем. Таким образом, риторика стала началом цивилизованных отношений между людьми. За 2500 лет своего существования сущность риторики объяснялась по-разному. Можно выделить три основные группы определений.

Древние греки трактовали риторику как «искусство убеждения». Монологическая речь, по мнению Платона, Исократа, Аристотеля, призвана приобщать слушателей к своей вере.

Во времена римской цивилизации риторику стали понимать как «искусство красиво говорить».

В Средние века и в начале эпохи Возрождения риторику трактуют как «искусство украшать речь».

В самом общем виде риторика – это «искусство влияния». Она базируется на двух основных категориях: понимании и воле. Воздействуя на людей, ритор пытается внушить им мысли, чувства, решения, овладеть их умом, сердцем и волей.

Таким образом, традиционно риторику определяют как теорию, мастерство и искусство красноречия. Главное понятие в определении риторики само по себе требует определения. Потому что лингвокультурологическая концепция риторики учитывает, что содержание понятия красноречия не одинаково в разные исторические эпохи и в разных культурах.

На первых этапах риторики была не столько теорией, сколько практикой обучения ораторскому мастерству. Понятия «искусство» и «мастерство» в Древней Греции были тождественны и обозначались одним словом – *techne* (отсюда слово техника). Красноречие означает умение красиво говорить.

Некоторые ораторы (А.Ф. Кони, Ф.Н. Плевако) различали термины красноречие и ораторское искусство. Они считали, что красноречие – это дар речи, который волнует, увлекает красотой слов, яркостью образов и силой метких выражений, а ораторское мастерство – это умение говорить правильно и убедительно, которое формировалось годами. Красноречие – это природный дар, и искусству ораторского искусства может научиться даже человек, лишенный природного дара.

Другие исследователи считают, что понятия тождественны и относятся к искусству публичных выступлений.

В современной науке под ораторским искусством понимают прежде всего высокую степень ораторского мастерства, качественную характеристику ораторского искусства, искусство владения живым словом. Ораторское искусство – это искусство построения и публичного произнесения речи с целью воздействия на аудиторию. Ораторское искусство лишь условно называют искусством, в значительной степени это деятельность, которой можно овладеть, даже если человек не обладает для этого специальными навыками. Любой образованный человек сможет овладеть навыками выступления перед аудиторией ясно и убедительно.

Традиционно риторику трактуют следующим образом:

– рассматривают в системе знаний как одну из классических гуманитарных дисциплин, как способ познания и объяснения сложных явлений действительности;

– рассматривают как один из видов искусства, который сравнивают с поэзией, с актерским мастерством.

Риторика – наука о построении и уместном (правильном) использовании речи; искусство построения и публичного выступления с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию. Это общегуманитарная (филологическая и культурологическая) дисциплина, изучающая теорию, принципы, приемы (способы) построения уместной речи (общая риторика) и частные виды речи (частная риторика).

Поскольку предметом риторики является выявление общих закономерностей речевого поведения и определение основных средств и методов повышения эффективности речи, а объектом – речевая деятельность, то целью риторики следует считать овладение навыком подготовки и выступления с публичной речью. Речь – особый вид деятельности. Различают четыре вида речевой деятельности: говорение, письмо, чтение и слушание. Говорение и письмо участвуют в подготовке текста, а чтение и слушание – в восприятии информации. Риторика учит эффективно использовать все вышеперечисленные виды речевой деятельности. Поэтому задачами риторики являются:

- всестороннее изучение красоты, энергии и интеллекта слова, соотнесение этих свойств с чувствами, волей и разумом человека и выявление всех возможных проявлений в слове прекрасного и безобразного, умного и иррационального;

- выявление места риторики как целостной дисциплины в системе социально-гуманитарных знаний, социальной значимости ораторской деятельности и ответственности оратора за свое речевое поведение;

- обучение студентов рациональным и эффективным технологиям подготовки публичных речей и технике их произнесения;

- теоретическое и практическое знакомство преимущественно с теми видами, функциональными группами и жанрами красноречия, которые наиболее точно соответствуют профессиональным и личностным потребностям студентов.

В современной науке ораторского искусства различают общую и частную риторику. Общая риторика изучает закономерности речевого поведения в различных ситуациях общения и практические возможности их использования в целях повышения эффективности речи, исследует этапы подготовки к речи, взаимоотношения оратора и аудитории. Предметом изучения общей риторики является речевое событие и его основная составляющая – дискурс.

Используя данные логики, психологии, педагогики и лингвистики, общая риторика обращает внимание на прагматическую сторону речевой деятельности – изучает риторические правила подготовки речи, приемы повышения эффективности публичного выступления, средства воздействия на аудиторию.

Основными разделами общей риторики являются:

- ораторское искусство (теория и практика ораторского искусства);
- дискурсивная риторика (изучает целесообразность речи, осознанную и правильную речевую деятельность);
- полемическое мастерство (теория и практика ведения спора);
- речевое мастерство (теория и практика диалогического общения);
- этнориторика (знакомит с национально-культурными особенностями речевого поведения);
- аганальная риторика (изучает средства воздействия на слушателей и борьбу с конкурентами за успех в определенной социально-политической или экономической сфере жизни).

Современная общая риторика сформулировала следующие основные законы:

Закон гармоничного диалога. Еще Аристотель в своем трактате «Риторика» указывал, что активным, действенным должен быть не только говорящий, но и слушающий: «Слушатель – конечная цель всего». Фактор слушателя играет особую роль в монологической форме общения, где он играет, на первый взгляд, пассивную роль. В этой связи нам кажется верным высказывание У.Ф. Адоевского: «Говорить – значит пробуждать в слушателе его собственное внутреннее слово». Да, слушатель лишен возможности сказать свое собственное слово, но при этом он думает, размышляет, соглашается или не соглашается с говорящим, принимает или не принимает его выводы.

Эффективным речевое общение может быть только тогда, когда монологическая речь трансформируется в гармоничный диалог. Поэтому задача оратора — пробудить собственное внутреннее слово слушателя, установить с ним гармоничные двусторонние отношения. Как этого добиться? Как известно, существует три уровня передачи информации – репродуктивный, когда происходит простая передача информации слушателям и все внимание сосредоточено на содержании, на правильности подачи материала, реакция аудитории не учитывается; адаптивный, который предполагает хорошее владение темой, свободную ориентацию в содержании, постоянный контакт с аудиторией и творческий уровень, на котором оратор не только поддерживает контакт со слушателями, но и активизирует их творческое мышление, «пробуждает внутреннее слово», формирует способность рассуждать, анализировать и обобщать.

Закон гармоничного диалога предусматривает установление двусторонних гармоничных отношений с адресатом, пробуждение его внутреннего собственного слова в процессе речевого общения.

Для установления и поддержки гармоничного диалога с аудиторией рекомендуется:

- обращать внимание на фактор адресата – изучать аудиторию: анализировать и учитывать ее социальный состав, возраст, круг личных интересов, уровень знаний, степень подготовленности, речевую интенцию;

– затрагивать в своей речи близкие аудитории проблемы, анализировать общеизвестные, понятные, доступные или жизненно важные, интересные аудитории факты, события, явления;

– стремиться к конкретности, ясности изложения, увлекательности описания, образности выражения;

– учитывать линейный характер речи, которая разворачивается во времени или пространстве и в связи с этим имеет динамичный характер.

Закон поступательного движения и ориентации адресата. Второй закон общей риторики требует, чтобы слушатель был знаком с «маршрутом» совместного движения от начала до конца речи.

Речь должна иметь такую структуру, которая создавала бы у адресата ощущение движения к цели, ориентировала бы его на постепенное выражение обозначенных в речи вопросов.

Чтобы правильно сориентировать слушателя, оратор должен обязательно назвать тему речи, четко определить ее цель, четко обозначить задачи, а в конце – обязательно подвести итоги. В процессе речи материал должен излагаться динамично, системно, аргументированно и последовательно, в разнообразных формах и способах. Оратор должен соблюдать плавные переходы от одного вопроса к другому, сохраняя их логику и последовательность, используя различные формы связи (во-первых, во-вторых, в-третьих, следовательно, наконец и т. д.), не отступать от основной задачи, не использовать неоправданных повторов, ненужных пауз, не увлекаться излишней детализацией содержания, второстепенными, пустяковыми вопросами, отвлекающими внимание слушателей и препятствующими лучшему усвоению содержания.

Закон эмоциональности речи. Третий закон общей риторики связан с пафосом (одной из частей триадической схемы вымысла). Он требует от говорящего эмоционального отношения к предмету разговора, субъективного отношения к теме сообщения, чувства ответственности в изложении и способствует выразительности речи.

Слушатели должны чувствовать, что говорящий заинтересован и обеспокоен поднятой им проблемой или вопросом, что он эмоционально переживает то, о чем говорит. Но необходимо, чтобы это были не показные эмоции, а искренние, неподдельные, и они должны соответствовать содержанию речи, характеру слушателей и ситуации общения. Излишний пафос может вызвать ироническое отношение со стороны слушателей.

Закон удовольствия. Закон удовольствия считает речь эффективной только тогда, когда она приносит радость и удовольствие слушателям. Для этого рекомендуется стремиться к выразительности, увлекательности изложения, использованию разнообразной системы выразительных средств, приемов активизации внимания, о которых речь пойдет ниже.

Частная риторика изучает виды и типы красноречия, описывает жанры ораторской речи. Она знакомит с лучшими образцами ораторского мастерства в области академического, общественно-политического,

судебного, общественно-бытового, церковно-богословского красноречия. Частная риторика также изучает жанровые разновидности монологической речи, рассматривает виды диалогической речи.

Частная риторика, таким образом, применяет риторические правила и приемы, разработанные общей риторикой, к определенной сфере речевой деятельности человека – политической, общественной, научной, юридической, религиозной, бытовой. Она исследует закономерности эффективной речи в определенной сфере профессиональной деятельности, разрабатывает методы и приемы овладения образцовой речью.

[К содержанию](#)

Тема 2

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ РИТОРИКИ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Поскольку риторика всегда имела дело с искусством публичного выступления, ее возникновение и развитие было возможно только в демократическом обществе, когда граждане могли активно участвовать в политической жизни страны. Ораторское мастерство наиболее активно развивается в критические эпохи в жизни общества, когда возникает историческая необходимость в участии народа в решении важных государственных вопросов. Ораторское мастерство помогает объединять людей вокруг общего дела, убеждая, вдохновляя и направляя их. Доказательством этого является расцвет красноречия в эпоху Возрождения, в периоды социальных революций. Именно свобода убеждать словом является главной гарантией и формой демократии. Следует отметить, что ораторское мастерство всегда служило и служит интересам определенных социальных слоев, групп и определенных лиц. Оно в равной степени может служить как правде, так и лжи, использоваться как в моральных, так и в безнравственных целях.

Греческое толкование риторики сводится к «искусству убеждения». Основной тип текста – речь, цель которой – приобщить слушателя к своей вере. Мастерство красноречия в демократии жизненно необходимо. Это связано с тем, что каждый гражданин в демократии находится в потенциальной опасности со стороны своих сограждан. Любой гражданин может обвинить другого в чем-то, что ему выгодно, вызвать его в суд и выиграть процесс, лишить его имущества и жизни.

Платон придает риторике новое значение как искусству речи. Он разрабатывает еще один тип речи – диалектическую. В диалектике нет выигрыша для одного человека, но есть выигрыш для всех участников диалога. Риторика Платона содержит элементы проповеди-полемики.

Аристотель вводит понятие объективной оценки правильности речи. Он подчеркивал, что риторика как философско-филологическая наука занимается проблемами соотношения речи и мысли.

Развитие теории красноречия и формирование риторики как науки произошло в Древней Греции в V в. до н. э., что было связано с расцветом афинской демократии в IV–V вв. до н. э. Идеалом той эпохи был гражданин, способный управлять государством. Наибольшее развитие в этот период получило политическое и судебное красноречие, что обусловлено следующими причинами. Все политические вопросы решались в Афинах в Народном собрании. Выступления в Народном собрании, при большом количестве людей, требовали особого мастерства в ораторском искусстве, внятном изложении своих мыслей и убеждении слушателей своими доводами, подчинении их своей воле и эмоциям. Политическое красноречие учило убедительно излагать свои мысли, быть находчивым, выступать без подготовки. Риторика развивается и как искусство, и как наука. Известный древнегреческий философ Аристотель писал: «Эргономика расцветает и набирает силу в период наивысшего расцвета демократии, культурной и политической жизни общества, а риторика как наука ораторского искусства играет наибольшую роль тогда, когда она отвечает важнейшим задачам исторического развития».

Все это обусловило необходимость создания школ риторики, разработки теории и практики ораторского красноречия. Основателями риторики в V веке до н. э. были софисты, странствующие учителя философии («мудрости»), красноречия (риторики) и искусства спора (эвристики). Это были представители известного направления в античной философии, которые разрабатывали субъективный аспект диалектики, доказывали относительность понятий. Согласно их теории, абсолютной истины быть не может, так как есть лишь мнение отдельного человека о ней. В демократическом государстве у каждого человека есть своя точка зрения, которую он может и должен доказать. Поэтому главная задача оратора – не раскрытие истины, а поиск убедительных аргументов для доказательства своей правоты, умения побеждать в споре. Главный канон софистики – научить человека рассуждать диалектически, «слабое мнение делать сильным», говорить и побеждать в споре. Софисты обучали искусству рассуждения, искусству аргументации и искусству речи. Они первыми разработали систему упражнений для обучения ораторов.

Самыми известными софистами были Протагор, Горгий и Исократ.

Софисты часто объявляли целью своей речи победу в споре любой ценой, их рассуждения превращались в игру понятий, хитрую софистику, злоупотребление гибкостью понятий, что вводило в заблуждение их оппонентов. За это софисты часто подвергались критике и со временем само слово софист приобрело негативный оттенок, стало обозначать тип философа, занимающегося софистикой, пустыми рассуждениями.

Тем не менее, следует отметить как положительный факт, что софисты разработали важнейшие риторические каноны составления речей и приемы убеждения слушателей, обращали внимание на фактор адресата, развивали мастерство ведения спора, определяли технику и культуру речи, словесное оформление высказывания.

Эллинская традиция рассматривала риторику как науку убеждать словом, мастерство речи. Риторика имеет триединую основу: нравственность, мудрость и артистизм; ценились также образованность, культура и талант оратора.

Каноническая риторика делилась на пять частей:

- инвенция (изобретение мыслей), или подготовка содержания речи;
- диспозиция, или расположение;
- элокуция, или выражение и украшение;
- меморио, или заучивание подготовленного текста;
- акцио, или исполнение.

Согласно античным традициям, риторика была связана с логикой (рассуждение, доказательство, аргументация), философией (мораль, моральные проблемы, мировоззрение), политикой (проблемы власти и свободы, собственности, общественных отношений, войны и мира), юриспруденцией (права человека, судебная практика), филологией (язык, его средства, стили, выразительность речи, литература, поэтика, жанры).

Основные теоретические достижения античной риторики можно суммировать в следующих положениях:

1. В диалогах «Горгий» и «Федр» Платон закрепил традиционное значение понимания риторики как средства убеждения. Платон противопоставлял риторику диалектике как средству нахождения истины.

2. В своей «Риторике» Аристотель снял это противопоставление, показав, что риторика использует только приемлемые средства убеждения. Риторика сохраняет нравственные устои. Оратор открывает слушателям свои истинные намерения и наблюдения, не лжет, поскольку убеждает только с помощью языка, а слушатели, выслушав, ведут себя так, как считают нужным.

3. Сближая риторику с логикой и психологией, мы не отождествляем одновременно процесс убеждения с каждой из этих наук, а также с этикой, а стремимся охватить все сферы психической деятельности человека.

4. Особая роль эстетических форм воздействия впервые была четко описана Цицероном. Эстетическое воздействие связано здесь не столько с содержанием речи, сколько с ее внешней формой.

5. Античная риторика не смогла выявить закономерной связи между целью и конкретными средствами, с помощью которых осуществляется процесс убеждения, или языком.

6. Теофраст сформулировал учение о качестве речи, которое впоследствии развивали Аристотель, Цицерон и Квинтилиан. Согласно учению, правильность противопоставляется всем другим качествам,

определяющим специфику риторической речи. Стало возможным отличать риторику от других лингвистических дисциплин.

7. Чтобы стать наукой, риторика должна найти свои специфические средства выражения. Аристотель связывает термин «схема» как с риторикой, так и с грамматикой.

8. Разделение на фигуры мысли и фигуры речи имело большое значение в античной риторике.

9. Был поднят вопрос о различии фигур и тропов. Цицерон различал тропы как слова и фигуры как словосочетания.

Риторику античной эпохи называют *классической*, выделяя пять частей: нахождение (сбор материала), аранжировку (определение основных смысловых моделей (топас), словесное выражение (словесное оформление речи), запоминание и произношение.

В III веке до н. э. в Греции, а в I веке до н. э. в Риме формируются риторические школы – высшие гуманитарные учебные заведения, где изучались наиболее эффективные способы построения речи. В начальной школе ученики обучались письму, чтению и арифметике; в средней школе читали и анализировали произведения классиков, получая знания по всем отраслям науки; в высшей школе практически овладевали искусством речи.

У римлян риторика означала «искусство хорошо говорить»

Новый этап в развитии науки красноречия – *средневековая риторика*. Она восприняла основные нормы античной риторики, но приобрела новые черты. В Средние века и в эпоху раннего Возрождения риторика понималась как «искусство украшения» речи. С этого времени риторика опирается как на устный, так и на письменный текст. Авторитет риторики по-прежнему высок. Однако на смену демократическим формам правления приходит монархия. С тех пор как государство стало монархическим, у него пропадает интерес к публичным дискуссиям, поэтому политическое и судебное красноречие исчезает. Сохраняются панегирики, в которых прославляется монарх.

В это же время широко распространяется христианство, в связи с чем развивается новый тип речи – церковная проповедь, в которой дается разъяснение этого религиозного учения. Возникает отдельный раздел теологии – *гомилетика*, изучающая теорию и практику церковной проповеди. Святой Августин в своем труде «*De doctrina Christiana*» создает введение в христианскую (церковную) риторику. Наиболее известными христианскими проповедниками являются византиец Иоанн Златоуст, представитель Западной христианской церкви Августин Блаженный, киевский митрополит Иларион, епископ Кирилл Туровский.

В Средневековье в первых университетах формируется строгая, логичная научная речь. Разрабатывается система доказательств и разнообразная аргументация. Схоластикой называют дискурсивную речь, под которой сегодня понимают «бесплодное софистику», оторванную от

жизни. Однако именно так формировалось академическое красноречие, достигшее к XVIII–XIX вв. наивысшего уровня: Сорбонна в Париже – XIII в., Оксфорд в Великобритании – XII в.

Следует отметить, что в средние века наиболее благоприятные условия для развития риторики были в Беларуси и на Украине, так как здесь, несмотря на существование монарха, все же сохранялись элементы демократического строя. Например, в Полоцком княжестве существовало разделение власти — законодательная власть принадлежала народному собранию (вече), которое объявляло войны, заключало мир, приглашало или изгоняло князя. Исполнительная власть была у князя. Эти традиции сохранились, когда белорусские и литовские земли в середине XIII в. вошли в состав Великого княжества Литовского (белорусские земли занимали 2/3 территории княжества), позднее к ним присоединилось Киевское княжество. Был создан свод законодательных актов «Статуты Великого княжества Литовского», признанный одним из самых совершенных в Европе. Поэтому наилучшие условия для развития христианской проповеди были у белорусских и украинских риторов. Их проповеди лишены восхваления монарха, а в центре их внимания находится внутренний, духовный мир, суть христианского учения. Проповедь имела большое воспитательное значение, ее функциональное назначение в средневековом церковном искусстве состояло в разъяснении смысла важных событий новозаветной истории. Церковно-богословское красноречие, начавшее развиваться как теория и практика проповеди, сформировало новый тип оратора-проповедника, самоотверженного, бескорыстного, исполненного сострадания к ближнему, абсолютно убежденного в его правоте, чувствующего себя защищенным силой самого Бога.

Наиболее известными представителями церковной риторики в Беларуси были Авраамий Смоленский и Кирилл Туровский.

Следует отметить, что до XV в. риторика была преимущественно схоластической, с XVI в. — гуманистической, с XVII в. — реформаторской.

Признаками схоластического периода можно считать следующее: стиль становится законом, это и манера одеваться, и речевой этикет; в основе образованности — высокий, средний и низкий стили.

Следующий этап развития риторики — *риторика эпохи Возрождения*. Становление капитализма, экономическое и политическое развитие привели к росту городов, развитию торговли, что способствовало расширению антифеодальных, демократических настроений, популяризации свободы, особенно человеческой свободы, свободы слова. Это привело к возврату к античности. Эпоха Возрождения началась в Италии в XIV в., в Западной и Центральной Европе — в XV–XVI вв., в России — в XVII в.

В это время стало популярным изучение классических языков. Печатались книги античных авторов. Известным гуманистом в Италии был филолог, историк и философ Лоренцо Валла (XV в.). Он преподавал

риторику в университетах Милана, Генуи, Флоренции и Неаполя. Писал на латыни. Он считал, что счастье зависит от жизненной мудрости, а мудрость заключается в умении избегать страданий и наслаждаться жизнью. Чтобы не оказаться во власти грубых желаний, надо руководствоваться чувством меры, самыми необходимыми желаниями.

В эпоху Возрождения риторика отделилась от философии, логики, права и сблизилась с грамматикой и поэтикой. Большое внимание уделялось письменному языку, а устная речь развивалась меньше. Популярным стало изучение латыни. Во многих странах Европы латинский язык приобрел статус государственного. Вместе с тем, именно в это время началось формирование национальных языков, появилось книгопечатание, возрос интерес к истории и культуре своего народа, пробудилось и сформировалось национальное самосознание. Активизация общественной и культурной жизни способствовала возрождению ораторского мастерства, в частности светского красноречия. Значительный вклад в развитие теории и практики красноречия в Беларуси внесли Франциск Скорина, Сымон Будный, Василий Цяпинский и др.

Как отмечают исследователи, в XVI–XVII вв. в связи с расширением образования на территории Великого княжества Литовского риторика переживает расцвет и возрастает ее роль в обществе. Во многих белорусских городах (Полоцке, Несвиже, Бресте, Пинске, Минске, Новогрудке, Слуцке, Жодзишках, Слониме, Драгичине, Вильнюсе, Ивье, Шклове и др.) открываются иезуитские коллегии, протестантские и православные братские школы. В программу обучения в этих заведениях включены грамматика, философия, математика, география, астрономия, теология, риторика.

Одним из известных учебных заведений Беларуси была Слуцкая гимназия (открыта 20 мая 1617 г.). В программу обучения входило обучение ораторскому искусству. В гимназии еженедельно проводились диспуты – своеобразные упражнения для развития речи и мышления. Гимназисты обменивались идеями с доказательствами и опровержениями.

Из устава гимназии «...Цель наших усилий – научить молодых людей, по возможности, умению в совершенстве воспринимать слышимое, иметь собственное суждение и уметь свободно изъясняться...».

Гуманистическая риторика связана с эпохой Возрождения. Риторика стимулирует развитие грамматики и литературных норм языка, всего того, что мы сегодня называем культурой речи. Уделяется внимание дикции, произношению, интонации. Берутся образцы из литературы, развивается мастерство перевода.

Реформаторская риторика становится самой влиятельной областью гуманитарных наук. Ведутся дискуссии о риторике, создаются салоны и частные академии, развиваются частные виды красноречия: риторика разговора, эпистолярная риторика, риторика метаморфозы. Отвергаются диалекты и жаргоны, заимствования, даже научная речь.

Во Франции начинает развиваться придворный этикет, который в XVIII в. заимствуется российским императорским двором. Придворный этикет влияет на дипломатическое красноречие.

К началу XIX века риторика перестает считаться наукой почти во всей Западной Европе и исключается из сферы образования.

Ораторское мастерство новой эпохи. Новая эпоха – это так называемая эпоха, когда на смену власти феодальных монархий приходят парламенты буржуазно-демократических конституционных республик. Эпоха берет свое начало в 61 в., когда в Нидерландах произошла первая буржуазная революция. Во Франции она произошла в конце XVIII в., в Англии – в XVII в., в США – с XVIII в. Демократия как форма правления, основанная на участии народа в решении государственных дел, подразумевала активное общение политиков с народом, громкое обсуждение различных сторон общественной жизни. Это, в свою очередь, требует умения убеждать и убеждать с помощью слова. Возникает необходимость в риторических знаниях. Профессиональная успешность политиков, юристов, судей, журналистов во многом зависит от степени владения искусством публичных выступлений. Навыки публичных выступлений нужны и рядовым гражданам, поскольку они становятся участниками дискуссий общественной жизни. Общеизвестными именами мастеров публичных выступлений являются Джордж Вашингтон (первый президент США), Авраам Линкольн (16-й президент США) и Уинстон Черчилль (премьер-министр Великобритании).

В России буржуазная революция началась в XX веке, гораздо позже, чем в европейских странах. Более того, она так и не была завершена. В России в 1864 г. была проведена судебная реформа, которая дала человеку право на защиту. Был введен суд присяжных, и суд стал проходить открыто, устно. В начале XX в. (1905 г.) монархи даровали населению определенные политические свободы (слово, печать, собрания). Демократические преобразования в России происходили не так активно и последовательно, как в Европе. При всем этом в России также стало развиваться риторическое мастерство, в первую очередь судебное. Прославились имена ряда русских юристов (А.Ф. Кони, Ф.Н. Плевако, П. А. Александров и др.).

Во второй половине XIX в. ораторское искусство получило дальнейшее развитие в Беларуси в творчестве талантливого революционного агитатора и публициста Кастуся Калиновского (1838–1864). Родился в имении Мосталяны Гродненского уезда в семье мелкопоместного дворянина, в 1855 г. окончил Свислятское уездное училище и сразу поступил на юридический факультет Московского университета, а через год — на камеральный факультет Петербургского университета, по окончании которого получил степень кандидата юридических наук. Был членом революционного кружка. Вернувшись в Беларусь, развернул активную революционную деятельность, создал в

Гродно нелегальную революционно-демократическую организацию. Возглавил восстание 1863–1864 гг.. После поражения восстания был арестован и казнён в Вильне.

К. Калиновский обладал необыкновенной способностью убеждать, увлекать своими идеями и внушать глубокую веру в свободную жизнь. Настоящий мастер революционного ораторского искусства, он писал на белорусском языке и распространял прокламации и воззвания. Для пропаганды революционных идей он совместно с В. Врублевским и Ф. Рожанским начал издавать газету «Мужицкая правда», которая имела большой успех в народе, так как издавалась на «мужицком» языке — белорусском. Статьи, которые Калиновский публиковал в «Мужицкой правде», были написаны в форме бесед, дружеских бесед с читателем как с хорошо знакомым и близким человеком. Публицистика Калиновского имела экспрессивную, эмоционально окрашенную форму. В ней активно использовались различные выразительные средства, тропы, риторические фигуры, формы с суффиксами субъективной оценки, паремиологические и идиоматические средства.

Значительный вклад в развитие белорусского революционного красноречия внес Францишек Богушевич (1840–1900) – белорусский писатель, основоположник критического реализма в белорусской литературе. Родился в имении Свираны Виленского уезда в семье мелкого шляхтича. После окончания Виленской гимназии поступил на физико-математический факультет Петербургского университета, откуда был исключен за участие в студенческих волнениях. Вернувшись в Беларусь, преподавал в Дотишках. Участвовал в восстании 1863–1864 гг., был ранен, переехал на Украину. Окончил Нежинский юридический лицей, позже работал следственным судьей на Украине и адвокатом в окружном суде в Вильнюсе. Оставив службу, переехал жить в имение Кушляны Ошмянского уезда.

С именем Ф. Богушевича связано развитие судебного красноречия в Беларуси. Любовь к простому народу, забота о его судьбе, стремление улучшить его положение заставляли Богдановича браться за сложные крестьянские дела о «сопротивлении властям». Как вспоминали современники, Богушевич был чрезвычайно красноречив, его выступления в суде отличались глубоким проникновением в крестьянскую психологию и пониманием ее характера. Публицистические выступления Ф. Богушевича в защиту родного языка способствовали формированию национального самосознания.

Тётка (Алаиза Пашкевич) (1876–1916) также по праву считается мастером революционного ораторского искусства. Родилась на хуторе Пещин Лидского уезда в зажиточной крестьянской семье. Окончила Виленскую частную гимназию. Училась на Высших педагогических курсах в Петербурге. Вернувшись в Беларусь, работала учительницей, а затем фельдшером в Ново-Вилейской больнице, занималась

революционной деятельностью. Была одним из организаторов Белорусского социалистического общества. Чтобы избежать репрессий, была вынуждена жить в эмиграции в Польше, Германии, Италии. Нелегально приехала на родину, участвовала в издании газет «Наша доля», «Наша Нива», издавала журнал для детей и юношества «Лучинка». Ее выступления на митингах и собраниях отличались революционным пафосом, пафосом и эмоциональностью. Она обладала профессиональными навыками художественного чтения, высоким уровнем творческой исполнительности, много работала над созданием белорусского театра, организовала первые школы на белорусском языке.

В восточнославянской культуре выдающимся красноречивым оратором является Иоанн Златоуст, идеальный византийский проповедник. На Руси красноречие называлось вещанием. Помимо вещания развивались церемониальные, военные и дипломатические речи. Центрами «ученой» риторики были Киевская и Московская духовные академии. «Краткое руководство к красноречию» М.В. Ломоносова имеет много общего со Слуцким пособием. Слуцкий компендиум (XVII в.), напечатанный в Любче-над-Неманом, считается первым произведением по риторике в Восточной Европе.

Уже к XVIII в. церковное красноречие стало заметно обесцениваться, постепенно теряя свою привлекательность. Русская Церковь уделяет постоянное внимание совершенствованию словесного воздействия на слушателей. Развивается гомилетика – вид ораторской речи. В 1804 г. Синод издал учебник по гомилетике «Руководство к церковному красноречию», в котором содержались советы служителям культа на все случаи жизни, а также примеры из образцовых речей.

До М.В. Ломоносова все учебники и материалы по риторике были рукописными. Его трактат «Краткое руководство к красноречию» 1747 г. стал первым печатным учебником.

Периодом расцвета русской риторики следует считать первую половину XIX в., и особенно период после войны 1812 г., когда подъем общественных и патриотических настроений побудил к развитию словесных наук, и прежде всего риторики, описывавшей как общие правила отдельных жанров и видов словесности, так и правила написания сочинений.

Вторую половину XIX в. можно назвать временем упадка риторики. Прозаически-деловая, научная, ораторская виды речи в школе не изучаются. При преподавании языка и литературы используются только художественные тексты.

В первые годы Советской власти наблюдается подъем и интерес к устному слову. В 1918 г. был создан Институт живого слова, который просуществовал недолго. Необходимые для риторики содержание и форма были заменены революционным задором и убежденностью оратора. Власть поддерживала только одно направление – мастерство агитатора и

пропагандиста. Некоторые функции риторики стали выполнять отрасли языкознания. Интенсивно развивается функциональная стилистика, зарождается практическая стилистика.

В середине XX в. начинается возрождение риторики, интерес к ней возрастает. Игнорирование системного, целостного предмета «риторика» привело к заметному снижению речевого мастерства в самых разных областях общения. Не изучались этические, философские основы общения, когнитивные аспекты речи, игнорировалась история риторики, ее авторитет в глазах крупных ученых. В языкознании изучалась лишь структура языка, а не его роль в речевой деятельности человека. Причиной возрождения риторики часто называют возрождение демократии в России в конце 80-х и 90-х годах.

Риторика в России. В начале XVIII в. риторика начинает переориентироваться с гомилетики на художественные жанры, и прежде всего поэзию. В 1705 г. появляется курс лекций Феофана Прокоповича «О поэтическом искусстве».

Формирование риторики в России во многом связано с деятельностью Михаила Васильевича Ломоносова (1711–1765). М.В. Ломоносов – естествоиспытатель, художник, историк, поэт, сторонник развития отечественного образования, науки и экономики, основоположник молекулярно-кинетической теории. Ломоносов внес значительный вклад в развитие грамматики, стилистики и риторики.

Свою первую риторику «Краткое руководство к риторике на пользу любителей сладкоречия» Ломоносов написал в 1743 г.. В 1747 г. он написал подробную («пространную») риторику «Краткое руководство к красноречию. Первая книга, содержащая риторику, показывающая общие правила как красноречия, то есть красноречия, так и поэзии, на пользу любящих словесные науки написанная», которая была переиздана дважды при жизни автора и еще семь раз впоследствии. Это были первые печатные общедоступные руководства по красноречию, написанные на русском языке.

М.В. Ломоносов был хорошо знаком с классической риторикой, знал труды Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана и других авторов, опирался на их традиции. М.В. Ломоносов отстаивал в речах научную истину, учил находить в содержании главное и выделять его. Он советовал, во-первых, в совершенстве знать предмет своей речи, во-вторых, уметь о нем говорить, передавать свои знания другим, строить свою речь так, чтобы слушатель ее понимал и принимал.

Для развития ораторского мастерства, как указывает Ломоносов, необходимы пять условий: природные способности, наука, подражание авторам, упражнения в сочинении, знание других наук.

Выделение Ломоносовым трех видов речей и определение их цели также перекликается с античной традицией: речь указательная (цель –

похвала или осуждение), совещательная (убеждение или порицание) и судебная (оправдание или обвинение).

Заслуга М.В. Ломоносова в том, что он первым построил риторическую систему на основе русского языка – его лексики, фразеологии, синтаксиса, адресовал свой труд для светского образования. В это время риторику преподают во всех гимназиях. Лицеях, в виде частных уроков. Ломоносов, «отец русского красноречия», как справедливо называл его Карамзин, создавая учение об ораторском искусстве, опирался на традиции античной риторики, но стремился придать этому учению национальный характер, применить его к русскому литературному языку. В своей риторике Ломоносов дал полное освещение основных этапов подготовки ораторской речи, дал систематическую характеристику качеств красивой речи, рассмотрел различные приемы и средства ее создания, показал характерные черты различных жанров современных ему публичных речей.

В XIX в. в России активно развивается судебное ораторское искусство. Этому способствовало введение суда присяжных, основанного на принципе гласности, и адвокатуры. К этому времени относится деятельность целой плеяды выдающихся русских ораторов-юристов: А.Ф. Кони, Ф.Н. Плевако, П.С. Параховщиков, С.А. Андреевский, А.И. Урусов, белорусские юристы Е. Хрептович, И. Данилович, К. Калиновский, В. Спасович, Ф. Богушевич и др. Основателями судебного ораторского искусства по праву называют А.Ф. Кони и П.С. Параховщикова.

В XIX в. в России достаточно высокого уровня развития достигло академическое ораторское искусство. Его яркими представителями были Д.И. Менделеев, В.О. Ключевский, К.А. Тимирязев, С.П. Боткин, И.В. Склифасовский. Развивается парламентское ораторское искусство.

Несмотря на развитие в XIX в. судебного, академического и парламентского красноречия, интерес к риторике постепенно утрачивается. Уже в конце XIX в. в названиях учебников слово риторика заменяется словом словесность. В начале XX в. риторику считают устаревшей наукой, ее называют древней ораторской пылью.

В советский период риторику исключили из программы вузовского и школьного обучения как буржуазную науку, обучающую напыщенной и внешне красивой, но бессмысленной речи.

Возрождение риторики, начавшееся в 60-х гг. XX в., было обусловлено демократизацией общественной жизни. Любая либерализация общественного строя вызывает гуманизацию общества. Когда в политической жизни участвуют широкие массы разных социальных слоев, повышается интерес к личности, каждый гражданин получает возможность высказывать свое мнение, а владение словом становится необходимым условием его участия в общественной жизни.

Риторика стала постепенно включаться в программы высших и средних школ. Риторику нашего времени называют *новой риторикой* или

неориторикой. Ее центральной проблемой является проблема речевого воздействия и взаимодействия. Современная гуманитарная наука все больше становится единым целым, единым механизмом междисциплинарности. В этом контексте возрождение некогда забытой и отвергнутой риторики видится как вполне закономерное явление в гуманитарной области знания. Лингвистические дисциплины, некогда вышедшие из риторики, привнесли в нее багаж новой терминологии, нового понимания процессов, происходящих в языке и в речи, новых задач, которые прежде риторика перед собой не ставила.

[К содержанию](#)

Тема 3 **МЕДИАРИТОРИКА КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,** **ДИСЦИПЛИНА, МИРОВОЗЗРЕНИЕ**

Специфика возрожденной и обновленной риторики заключается в том, что она перешла из разряда «технических» дисциплин в разряд дисциплин, связанных со знанием и пониманием действительности, и рассматривается сегодня как лингвофилософская наука. Риторика XX–XXI вв. является отраслью сущностного знания о «коммуникативной природе культуры в целом» (В.И. Тюпа), о всеобщих механизмах текстопорождения, смыслообразования и взаимопонимания. Эта обновленная риторика суммирует достижения семиотики и лингвистики, герменевтики (область философии и языкознания, занимающаяся исследованием методов и принципов толкования текстов, символов, искусства и других форм коммуникации; методология интерпретации), эстетики, психологии и теории коммуникации XX столетия и приобретает фундаментальное методологическое значение для всего комплекса гуманитарных научных дисциплин.

Возрождение риторики в XX в. связано с бурным развитием на Западе и Востоке теории информации. Гуманитарные науки, к которым применялась исключительно математическая логика, стали испытывать острую необходимость в филологическом подходе. Но ни одна из обособленных филологических областей не была способна взять на себя роль *обобщающего теоретического знания*. Риторика, в частности, рассматривалась лишь как теория создания устных речей. Филология же большей частью обращалась к исследованию письменных текстов. Однако в середине XX в. ученые-гуманитарии взглянули на положение вещей иначе. «Риторика воспринималась с начала XX в. как устаревшая система средств речевого воздействия, которые ни на кого не воздействуют. Однако когда с этой забытой дисциплины стряхнули пыль веков и присмотрелись к ее классическому облику, выяснилось, что она внушает надежды и уважение: настолько актуальной, глубоко и тонко

разработанной оказалась система риторических понятий» (А.К. Михальская).

Обращение ученых-лингвистов к традиционной риторике в середине XX века было также спровоцировано определённой разрозненностью, сегментированностью лингвистических парадигм того времени. При этом полипарадигмальность языкознания характеризовалась стремлением к доминированию того или иного подхода в изучении языка. Выделенные в работах таких ученых, как Ч.С. Пирс, Ч.У. Моррис и др., три основных семиотических парадигмы языка (синтактика, семантика, прагматика) поочередно выдвигались на первый план и становились основными векторами лингвистических исследований в тот или иной исторический период. Синтактика – отношения между знаками в рамках знаковой системы, семантика – отношение знака к значению, прагматика – практическая полезность знаков.

Сегодня «мода» на ту или иную парадигму языкознания вытесняется отказом от исключительности того или иного метода. Принятие различных концепций обеспечивает формирование целостного представления о языке и языковой деятельности человека. Этот синтез различных подходов привел и к возвращению в научный контекст идей и методов «реабилитированной» античной риторики. Так, П. Серио в работе «В поисках четвертой парадигмы» указывает на риторику как на источник, который питает антропоцентричность современного языкознания, и видит в аристотелевской триаде «говорящий – предмет речи – слушающий» основу новой (антропоцентричной) «четвертой парадигмы».

Основной предмет общей риторики – коммуникативные стратегии культуры, представляющие собой текстопорождающие и смыслообразующие конфигурации субъекта, объекта и адресата в рамках научного, художественного, педагогического, религиозного, публицистического (и – шире – медиадискурса) и других типов дискурса, трактуемых как «коммуникативные события».

Современная риторика, по определению одного из ее основателей А. Ричардса, представляет собой «изучение недопонимания между людьми и поиск средств к устранению потерь в процессе коммуникации». Она выявляет глубинные механизмы тех коммуникативных процессов, которые в совокупности и составляют живую речь человеческой культуры.

Неориторика выступает в качестве упорядочивающего фактора процесса коммуникации, берет на себя основную функцию языка, что позволяет изучать проявления риторического в любом типе вербальной коммуникации, а при семиотическом подходе – и в невербальных коммуникативных системах. Современная обновленная риторика учит оценивать речь, тем самым вооружая современного человека против опасности словесного манипулирования, которое пронизывает современный информационно-речевой мир.

Сегодня риторика – это уже не техническая дисциплина, не руководство по созданию текстов того или иного жанра, хотя, конечно, такая составляющая риторики продолжает жить в практической области ее применения. Риторика сегодня – это когерентная наука, в которой согласуются между собой филологические дисциплины. Основы мировоззренческой направленности риторики связаны с тем, что она подчиняет речевое поведение вербально осознанной цели, а его правила и нормы – идеалу. То есть неориторика – это, как принято сегодня говорить, мультилингвистическая, или точнее – полигуманитарная наука: она объединяет в себе не только собственно лингвистические дисциплины и методики, но и общегуманитарные (философию, социологию, политологию и др.).

Полигуманитарность современной нериторики оказывается «спасительной» при анализе такого сложного и неоднозначного явления нашей жизни, как ментально-дискурсивная деятельность современных средств массовой информации и коммуникации.

Одним из главных источников ментально-поведенческих сдвигов и культурных разломов, которые происходят в современной жизни общества в последние 20–25 лет, стала деятельность технически стремительно развивающихся СМИ. На сегодняшний день это наиболее действенный институт по формированию мнений у массового адресата. Авторитет современного медиадискурса настолько высок, что все события, становящиеся его фактами, приобретают статус безусловных, реальных, объективных и таким образом входят в картину мира, которую современные СМИ активно конструируют и предлагают массовому адресату. Безусловность и объективность этой картины мира заключается также и в том, что она позиционируется СМИ как единственно возможная. Культурно-интеллектуальное и физическое доминирование средств массовой информации в современном мире делает их и тот дискурс, в рамках которого они существуют, культурообразующим фактором в жизни людей новейшего времени.

Стратегически значимая и достаточно эффективная политика средств массовой информации – конструирование собственной картины мира (медиакартины мира) – должна быть осмыслена в полигуманитарных координатах. Полноценное и качественное научное исследование медиакартины мира возможно при следующих условиях: 1) при рассмотрении ее как синкретичного единства плана выражения (языковых репрезентантов) и плана содержания (системы культурно обусловленных концептуально-аксиологических референтов); 2) при соотношении языковых стратегий репрезентации картины мира с культурно-прагматическим контекстом познания действительности. Неориторическая методология оказывается в этой культурологической ситуации актуальной как никогда. Риторическое осмысление бытия и его форм (в первую очередь дискурсивных), строятся на аксиологической доминанте этой

лингвофилософской науки, может стать достаточным основанием для декодирования механизмов в создании медиакартины мира как картины квазиреальности.

Риторичность медиадискурса с точки зрения его принадлежности к дискурсу прозаического типа с персуазивно-перлокутивным эффектом воздействия на адресата также «голосует» за осмысление этого дискурса в аспекте неориторики. А специфика дискурсивной деятельности СМИ, направленной не на единичного или коллективного адресата, а на массового, заставляет исследователя формировать научный неориторический тезаурус, характеризующий непосредственно медиадискурс, и, следовательно, выделять из современных неориторических направлений собственно медиариторику – частную риторику языка СМИ.

Медиариторика, создавая новый категориальный аппарат на основе терминологии классической и расширяя его за счет наработок обновленной риторики, моделирует структуру медиадискурса и той медиакартины мира, которая в нем представлена, в соответствии с движением вектора медиадискурсивной деятельности: предмет речи (реальное событие) – адресант – речевое событие (речевой поступок) – дискурсивный факт – картина мира (медиакартина мира) – адресат (массовый). Эта модель – неориторическая модель медиакартины мира и, следовательно, медиадискурса – включает в себя базовые понятия еще классической риторики – *этос*, *логос* и *пафос*. И все они в этой модели служат для понимания того, какова их функция в медиадискурсе с точки зрения адресата. То есть они нацелены на выявление праксиологической составляющей дискурсивной деятельности СМИ.

Медиариторический этос, персонифицированный в риторической позиции адресанта медиадискурса (в первую очередь – журналиста), медиариторический пафос, сосредоточенный в риторической модальности медиатекста и в риторической гипермодальности медиадискурса, медиариторический логос, заставляющий интерпретационные стратегии СМИ работать как аргументационную систему в формировании медиакартины мира, – все они неразрывно связаны между собой и составляют элементы единой неориторической (и конкретнее – медиариторической) модели современного медиадискурса, в котором фиксируется и с помощью которого создается медиакартина мира.

Структура, как считают современные философы, – это главное понятие гуманитарного познания XX–XXI вв., это способ организации любого гуманитарного материала. Медиариторика – это своеобразная «открытая структура» (Н.С. Автономова), т. е. незамкнутая, не predetermined, разомкнутая. Ее открытость заключается также и в том, что она открывается нам в предмете или, по крайней мере, соотносится с тем, что имеет отношение к предмету, а не является лишь порождением фантазии исследователя.

Круг задач, стоящих перед медиариторикой как частной риторикой языка СМИ, достаточно широк. Здесь можно назвать такие аспекты исследований, как 1) детальная разработка типологии риторической позиции адресанта (медиариторического этоса) в современной медиадискурсивной деятельности; 2) разработка типологии риторической модальности в медиатекстах различных жанров; 3) разработка словаря национальных топосов, интенсивная многозначная интерпретация которых в современном медиадискурсе ведет к трансформации традиционной ценностной парадигмы в сознании массового адресата; 4) изучение в медиариторическом аспекте феномена корпоративных СМИ; 5) изучение корпоративной языковой политики различных СМИ как разновидности риторической позиции в эпоху стремления к деперсонализации журналиста и размыванию его имени за именем самого издания (канала).

Исследование сетевых медиаструктур в аспекте медиариторики – еще одно перспективное направление неориторических изысканий. Интернет сегодня наиболее активный и, как это ни парадоксально, наиболее авторитетный для массовой аудитории модератор между собственно бытием (событиями) и этой аудиторией (массовым адресатом). Более того, последние годы продемонстрировали уникальные возможности Интернета в управлении массовым сознанием для достижения тех или иных политических целей. Данный авторитет интернет-медиа зиждется на убеждении, что интернет-пространство бесцензурно и свободно для выражения множественности мнений и точек зрения. Это, конечно, очередная иллюзия, которая может быть диагностирована в том числе и с помощью неориторической методологии. Конечно, исследование языка Интернета в медиариторических координатах представляет собою определенные трудности. Это связано, во-первых, со своеобразной «неоднородностью» интернет-журналистики, а точнее – интернет-медиа (от интернет-версий печатных и электронных СМИ до блогов журналистов с большой долей нежурналистских комментариев), и, во-вторых, – с неоднородностью собственно языкового материала современного интернет-пространства. Однако такого рода трудности всегда лишь стимулируют научный поиск новых путей филологического осмысления нефилологического бытия.

Это, конечно, не полный список тех вопросов, на которые может и должна дать ответы медиариторика. Но именно они наиболее четко просматриваются в связи с дискурсивной деятельностью современных СМИ, а также в связи с перспективами гуманитарных исследований отечественной и зарубежной науки.

[К содержанию](#)

Тэма 4

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ ИНВЕНЦИИ

Авторами античных риторик был разработан особый механизм, облакающий мысли в слова, подробный и тщательно продуманный путь перевода внутренней речи во внешнюю. Такой механизм получил название риторического канона.

Риторический канон – модель речевых действий, обеспечивающая эффективное решение автором целей, которые он ставит, определяя и раскрывая тему. Это схема (модель) построения речевого произведения, основа создания любого устного или письменного текста. Античный риторический канон, с большим или меньшим объемом модификаций сохраненный на огромном пространстве истории включает *пять этапов-элементов*, которые раскрывают путь развития мысли к речи:

1) *инвенция* (лат. *inventio*), т.е. нахождение, изобретение. Работа над мыслью речи, отбор содержания будущего выступления. На этом этапе оратор решает вопрос: **что сказать?**;

2) *диспозиция* (лат. *dispositio*), т.е. расположение. Работа над композицией речи, уточнение соположения частей. На этом этапе оратор решает вопрос: **где сказать?**;

3) *элокуция* (лат. *elocutio*), т.е. словесное оформление мысли, собственно красноречие. Создание собственно текста речи, отбор языковых и речевых средств, чтобы добиться максимального воздействия на аудиторию. На этом этапе дается ответ на вопрос: **как сказать?**;

4) *запоминание* (лат. *memorio*). Технический этап подготовки, когда оратор размышляет, как донести текст до слушателя: заучивает наизусть или составляет заметки, конспекты и пр.;

5) *произнесение* (лат. *actio*), непосредственное общение оратора с аудиторией. Этап, на котором речь не только произносится, но и разыгрывается (греч. *hypocrites* – актер) с соответствующим использованием жеста, мимики, голосовых данных оратора.

Если нарушить этот порядок или же проигнорировать какой-либо этап подготовки, можно не добиться желаемого результата в выступлении. Например, можно замечательно разработать содержание речи, но не потрудиться над словесной стороной выступления (третий этап) – и слушатели не поймут идею. Если в выступлении не будет порядка (допустим, выступающий проигнорировал второй этап подготовки), слушателям будет трудно разобраться в логике речи. Если оратор не запомнит (не обратит внимание на четвёртый этап подготовки) прекрасное по содержанию выступление, то, прочитанное «по бумажке», оно не впечатлит адресата.

Вот почему необходимо внимательно изучить содержание всех пяти этапов подготовки к выступлению и следовать рекомендациям риторики.

Работа над содержанием речи охватывает два раздела риторического канона – изобретение содержания речи и его структурирование. Рассмотрим последовательно действия готовящегося к выступлению с позиций риторики.

Риторика рекомендует начать подготовку к выступлению задолго до самого выступления, потому что оно должно «вызреть» в голове и сердце оратора.

Инвенция – искусство добывания и предварительной систематизации речи. Работа над содержанием речи включает: выбор темы выступления, её формулировку, определение общей и конкретной цели выступления, подбор материалов, изучение отобранной литературы, осмысление и записи прочитанного. Инвенция подразумевает «изобретение» содержания выступления: от первых набросков темы (т. е. того, о чем пойдет речь) – до полного объёма содержания.

Инвенция предлагает говорящему систематизировать собственные знания по поводу отобранных им предметов, сопоставить их с наличными на данный момент знаниями других и определить, какие из них и в каком количестве должны быть представлены в теме. В русских риториках инвенция – нахождение.

Подготовка к конкретному выступлению определяется видом ораторской речи, зависит от темы выступления, целей и задач, стоящих перед выступающим, его индивидуальных особенностей, от состава аудитории, в которой предстоит выступать.

Подготовка к любому выступлению начинается с определения темы речи. При этом возможны различные ситуации. Иногда предлагают выступить на определенную тему, то есть тема речи является заданной. В этом случае оратору её необходимо конкретизировать, уточнить. Однако нередко тему выступления приходится выбирать самим. Разработать речь на общую тему зачастую труднее, чем на специальную. Часто задача ставится слишком широко. Формулировку темы лучше сделать привлекательной, но ненавязчивой. Главную часть можно дополнить подзаголовком.

Тема речи должна быть осмыслена. Это значит, что её нужно разработать. Тему обычно автору подсказывает сама жизнь, её течение, сплетение событий, то есть ситуация. Ситуации бывают естественные и искусственные, специально поставленные. Примеры естественной ситуации: преподаватель университета готовится к лекции; депутат парламента собирается выступить в поддержку своей депутатской группы; адвокат, изучив дело подсудимого, нашел неясные места, он видит бездоказательность обвинения, и свою речь защитник будет строить, основываясь на том, что нельзя необоснованно обвинять человека. Искусственные ситуации обычно связаны с ученьем: например, задано подготовиться к обсуждению экологических проблем; выступить с докладом на тему речевого поведения студентов группы.

Ситуаций и тем может быть бесчисленное количество, они составляют тот поток духовной жизни людей, общества, народов, человечества, который называют культурой.

Замысел автора, его позиция, его собственное мнение определяются разными факторами: его образом мысли, политическими взглядами, опытом жизни, уровнем образования, профессией. Тема и предмет выступления зависят от параметра аудитории (кому?) и возможностей оратора по отношению к предмету речи (кто?). Точка пересечения этих двух факторов и определяет тему и предмет будущей речи.

Выбрав тему, надо подумать о её формулировке. Название должно быть ясным, четким, по возможности кратким. Оно должно отражать содержание выступления и привлекать внимание слушателей. И в античных, и в современных риториках формулируются *требования к темам*, выбираемым ораторами, к их позиции, к работе с материалом:

- тема должна быть интересна, важна для тех людей, к которым обращена речь, в противном случае не возникает необходимый контакт между автором и аудиторией. Любое выступление должно учитывать адресата речи, учитывать настроение аудитории;

- следует брать лишь такую тему, которую автор хорошо знает, в которой разбирается лучше других;

- тема должна быть ясная, по возможности – конкретная, предметная и не слишком широкая. Позиция автора в этой теме также должна быть ясная;

- автор должен осознать свою цель и подчинить ей содержание и построение речи;

- тема и её проблемы всегда будут иметь больший успех, если возможна борьба мнений, полемика, разные точки зрения;

- очень важно сформулировать тему ярко, выразительно, образно, чтобы запомнилась, – и одной фразой.

Различаются темы широкого и узкого охвата: у широкой темы больше возможностей, но зато у узкой темы больше конкретности, точности, деталей. Широкие темы могут делиться на подтемы, причем бывает несколько ступеней деления. Самая узкая тема, на пределе деления, называется *микротемой*. Она равна в тексте абзацу, а иногда – всего одному предложению. По микротемам выверяют смысловые связи в готовом тексте.

О теме обычно говорят – тема раскрыта или не раскрыта. «Раскрыта», значит: а) в тексте представлен важнейший материал, даны ответы на поставленные вопросы; б) приведено достаточное количество фактов, подтверждающих основную мысль автора; в) затронуты разные аспекты проблемы, не забыты важные подтемы; г) текст устной или письменной речи свидетельствует о глубоких познаниях автора, а приводимые факты соответствуют истине. Выходить за рамки темы автор может лишь в том случае, когда это оправдано замыслом.

После того как определена тема выступления, следует сформулировать цель выступления – общую и конкретную. Цель речи – это представление о том общем результате, который должен быть достигнут в процессе выступления. «Если у лектора нет ясной, конкретной целевой установки выступления, то ему представляется важным все, что хоть как-то относится к теме. Четкая же цель заставляет переосмыслить материал... При определенной целевой установке само собой пропадает стремление сообщить побольше, создаются предпосылки для осуществления принципа “лучше меньше, да лучше”, число готовых формул и выводов сокращается, аргументация получает большой простор».

При выборе цели текста нужно соотносить свой замысел с интересами и потребностями адресата: информационная речь, убеждающая речь, призывающая к действию речь, воодушевляющая речь, развлекательная речь, общение ради общения (фатическая цель).

Общая цель, как правило, может быть представлена одним из трёх вариантов: можно информировать слушателей, можно их убеждать в чём-то (воодушевлять, склонять к какому-либо действию) или же развлекать.

Например, если тема выступления – «*Минск в моём сердце*», то можно определить для себя одну из общих целей: а) дать информацию о Минске; б) воздействовать на слушателей, т. е. рассказать так, чтобы слушателям захотелось посетить Минск и увидеть город своими глазами.

Конкретная цель выступления – это то, что в своём выступлении вы хотите сказать о предмете речи. Например, могут быть разные информативные выступления о Минске – в зависимости от того, какую конкретную цель вы поставите. В первом выступлении можно показать, как красив город Минск; во втором – рассказать, что Минск – это центр науки и культуры Беларуси; в третьем – убедить слушателей, что Минск – это город с великой и интересной историей и т. д.

Риторика шутливо утверждает, что конкретная цель выступления – это «гвоздь, который нужно забить в голову слушателей», поэтому содержание всего выступления нужно подчинить этой цели.

После выбора темы и постановки общей и конкретной цели нужно приступить к сбору необходимого материала для выступления.

Материал для речей окружает нас, он повсюду. Это те факты, их связи и аргументы, те события и картины, которые соответствуют выбранной теме и замыслу автора и составляют содержание произведения, как устного, так и письменного.

Материал подразделяется на две группы: 1. материал, добытый автором из собственного опыта, (эмпирический), из непосредственных источников; 2. материал, полученный опосредованными путями, добытый другими людьми (энциклопедический).

Эмпирический материал связан со следующими источниками знания и соответствующими способами его накопления, хранения:

а) опыт прошлой и текущей жизни – все то, чему автор был свидетелем, чего был участником;

б) специальные целенаправленные наблюдения, результаты которых фиксируются – записываются, заносятся на карточки, вводятся в память компьютера;

в) мир чувств автора и его интуиция;

г) воображение, т.е. мысленное создание новых картин, образов, проектов на основе прошлого знания, причем всегда с элементом творчества.

Энциклопедический материал добывается из книг, журналов, газет, из радио- и телепередач, музейных хранилищ, выставок.

В процессе сбора материала рекомендуется делать краткие записи собранных сведений с указанием источника и накапливать их в отдельной папке.

Все риторы, начиная с Аристотеля, подчеркивали, что сюжеты, темы, объекты ораторского выступления имеют некоторое сходство и могут рассматриваться с общих точек зрения, общих мест. Такие общие места получили название «*топосы*», которые представляют собой структурно-смысловые модели, на основании которых создаются тексты, части текста, минитексты, служащие раскрытию замысла высказывания. В науке выделяется разное количество топосов: от 16 (М.В. Ломоносов) до 24 (Н.Ф. Кошанский). Совокупность общих мест (*топов*) и способы их применения на этапе инвенции называются *топикой*. Топика отражает общие законы человеческого мышления. Перечислим основные разновидности топов:

1) Род и вид.

2) Определение – раскрытие содержания предмета речи в соответствии с темой и целью автора. Дать определение – значит ясно, непротиворечиво истолковать его значение, показать сущность предмета речи, возвести к единой идее представление о нем.

3) Целое – часть.

4) Сравнение.

5) Противопоставление.

6) Свойства.

7) Имя.

8) Обстоятельства.

9) Причина – следствие.

Последующее всегда идет за предыдущим. Все вышеперечисленные топосы составляют *внутренние общие места*, которые помогают развернуть идею, предмет речи. К *внешним общим местам* относят:

1) Титулы, звания, названия должностей.

2) Исторические справки.

3) Цифровые данные.

4) Биографические справки.

5) Свидетельства очевидцев, специалистов.

6) Цитаты.

Это те сведения, которые черпаются автором из дополнительных источников и предназначены для более полного раскрытия темы. Важно помнить, что перечень «общих мест» – это не инструкция, требующая точного исполнения. Это те общие, повторяющиеся приёмы, с помощью которых вы будете создавать текст, вы вольны распоряжаться ими по своему усмотрению. Задача автора – выбрать те топосы, которые нужны ему в каждом отдельном случае, выбрать так, чтобы каждый из них явился в будущем тексте неотъемлемой частью, работающей на содержание.

Подчеркнем в заключение, что эффективная подготовка к выступлению невозможна без выработки собственного отношения к предмету речи, собственной позиции. Оратор должен сформулировать свои мысли, проанализировать свои идеи, выразить свои взгляды. Оратор обязан быть критичным и к своим, и к чужим мыслям.

К содержанию

Тэма 5.

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ ДИСПОЗИЦИИ

После того как найден материал (рекомендуется собрать его больше, чем может понадобиться, – чтобы был выбор), следует приступить к структурированию этого материала: необходимо последовательно и целесообразно расположить его в линейном пространстве текста. Известный русский учёный XVIII в., первым написавший «Риторику» на русском языке для русских людей, М.В. Ломоносов говорил, что на этапе диспозиции происходит «изобретённых идей соединение в пристойный порядок».

Принципы и правила расположения в соответствии со схемой основных разделов (фрагментов) ораторского высказывания излагались во втором разделе риторического учения – *dispositio*.

Схема членения ораторской речи на протяжении развития античной риторики постоянно усложнялась, прежде всего за счет главной части, которая дробилась на все новые и новые фрагменты; соответственно уточнялись как представления о функциональном назначении каждого фрагмента, так и требования к ним.

В ранних риториках представлена трехчастная структура речи: *вступление*, *главная часть* и *заключение*. Задача первой части – «привлечь», второй – «убедить», третьей – «взволновать» и «склонить» аудиторию.

Уже в «Риторике» Аристотеля в главной части выделены «повествование», где событие излагалось во временной

последовательности, цельно и связно, и «разработка», где спорные пункты реконструировались в логической последовательности.

Квинтилиан разделил «разработку» на «доказательство» точки зрения оратора и «опровержение» точки зрения противника.

В поздних риториках обоснованы такие фрагменты, как «постановка вопроса», «разделение вопроса» и, использовавшееся факультативно, «отступление», которые, как правило, вводились между «повествованием» и «разработкой».

Во вступлении к речи оратор должен был добиться внимания, предварительного понимания и сочувствия к предмету речи.

Целью повествования, в котором излагался предмет речи, было «убедить» и «объяснить» свою версию событий; дополнительные цели – «усладить» и «взволновать» слушателя – имели факультативный характер и зависели от содержания речи: повествованием о малозначительных вещах оратор стремился «усладить», о более значительных – «взволновать» слушателя.

Античные риторы выдвигали три основных требования к повествованию: *ясность*, *краткость* и *правдоподобие*. Каждое требование обеспечивалось определенным условием:

- условие ясности – *порядок*, т.е. изложение событий в их естественном хронологическом течении; иногда для достижения художественного эффекта допускался искусственный порядок изложения, т.е. перестановка событий;

- условие краткости – *мера*, т.е. умение определить необходимое и достаточное количество подробностей;

- условие правдоподобия – *уместность*, *соответствие*. Под соответствием понималось прежде всего совпадение в ораторском изложении рисуемого лица, поступка, который это лицо совершило, и обстоятельств данного поступка. Соответствие обеспечивалось непротиворечивостью ответов на 7 основных вопросов: Кто? Что сделал? Почему? Где? Когда? Как? Какими средствами? Заметим, что эти вопросы обеспечивали исчерпывающую информативность повествования – именно поэтому, утратив позднее свою соотнесенность с принципом соответствия, этот перечень – через посредство новейших риторик – перешел в современную журналистику. Важным аспектом соответствия как условия правдоподобия являлось соотнесение авторской реконструкции факта, события с общепринятыми представлениями и мнениями: факт должен был представлять как проявление общего «так бывает». «Такие «расцветки» (т.е., выражаясь современным языком, «художественные домыслы») были обычны при разработке фиктивных казусов школьной риторики, но, конечно, в судебной практике поводов для них было немного: обычно это были психологические мотивировки, задним числом подводимые под поступок, они могли быть убедительны, но недоказуемы. Работа с ними была для словесности хорошей психологической школой».

Целью доказательства и опровержения тоже было «убедить» и «объяснить». Для достижения этой цели оратор должен был группировать доводы и контрдоводы, помещая сильные в начало и конец, слабые – в середину; самые важные доводы подавать наиболее ярко, используя средства эмоционального и словесного воздействия, а слабые объединять для взаимного усиления.

Заключению придавалось особое значение: оратор должен был обобщить сказанное и возбудить в слушателе выгодные для него страсти и закрепить впечатление от речи в целом.

Работе над вступлением и заключением рекомендовалось уделять максимальное внимание: в античных риториках по существу было открыто то, что на современном языке называется «эффект края». Известно, например, что многие античные ораторы накапливали эффектные вступления, с тем чтобы впоследствии использовать их в своих публичных выступлениях.

Схема расположения материала, разработанная в античности, основывалась на принципах рационально-логического развертывания мысли и была строго функциональна: если в основных разделах главной части осуществлялось многоаспектное развитие основного предмета речи, который освещался с разных точек зрения (с точки зрения самого предмета, с точки зрения оратора и «от противного», т.е. с точки зрения противоположной стороны), то вступление, заключение и отступления в основной части выполняли функцию многоаспектного контакта с аудиторией. Целесообразность такого членения способствовала тому, что оно применялось не только в ораторском искусстве, но и в большинстве поэтических жанров риторической эпохи. Этот принцип членения применяется по сей день в нехудожественных текстах, а также в художественно-документальных жанрах.

Современная риторика утверждает, что поскольку любое выступление – это текст, то он строится по определённым законам. Есть такое понятие – «корпус текста выступления». Общепризнанная структура современной речи: вступление, заключение и собственно речь – основная часть, состоящая из нескольких фрагментов.

Диспозиция (в переводе на русский – развертывание) классически определяется как искусство организации сообщения, то есть, говоря современным языком, искусство композиции. Композиция (лат. *compositio* ‘составление, сочинение’) – это последовательность содержательных частей текста; это построение речи, соотношение её отдельных частей и отношение каждой части ко всей речи как единому целому; это строение, соотношение, взаимное расположение частей, с помощью которого адресант (оратор) управляет вниманием аудитории (адресата) таким – образом, что эти части воспринимаются как единое целое. «Всякая речь должна быть составлена словно живое существо – у нее должно быть тело

с головой и с ногами, причем туловище и конечности должны подходить друг к другу и соответствовать целому» (Платон).

Как раздел риторики диспозиция предполагает материализовать сообщение посредством организации материала, «добытого» на этапе инвенции, в составе целого.

Продумывая выступление на этапе его конструирования, надо помнить, что существует правило соотношения частей устного выступления по объёму, которое сформулировал знаменитый итальянский учёный и художник Леонардо да Винчи. Он назвал его правилом «золотого сечения» (сечение – деление на части). Оно звучит так: по объёму начало и конец речи не должны превышать одной трети всего выступления. Необходимо придерживаться определенных правил работы с композицией:

- композиционные части должны быть соразмерны задачам замысла: вступление и заключение в среднем составляют примерно одну восьмую общего объема текста. Наиболее короткая композиционная часть – заключение. Кроме того, начало и конец речи являются «фактором края», то есть запоминаются ярче, чем основная часть выступления;

- границы композиционных частей и фрагментов должны быть четко обозначены. Это можно сделать с помощью «языкового сдвига» – заметного изменения лексико-семантического и грамматического, а также образно-стилистического состава последующего текстового фрагмента по сравнению с предыдущим. Однопорядковые фрагменты композиции могут быть также связаны с помощью анафоры;

- важным средством обозначения границ между композиционными частями и фрагментами являются *композиционные связки* – специальные речевые обороты, обнаруживающие содержательное членение текста. К ним относятся: 1) счетные слова, открывающие однотипные разделы основной части текста, обычно аргументативные (*во-первых, во-вторых; первый аргумент, второй аргумент*); 2) глаголы, актуализирующие динамическое представление о тексте (*начнем с ...; перейдем к ...; закончим рассуждение следующим...*). Данные структуры позволяют наглядно делить большой объем связной речи на достаточно крупные составляющие;

- подчеркнутая логичность и книжный характер многих композиционных связок приводят к тому, что они могут отвергаться в современной публицистике, стремящейся сохранить непринужденность общения и естественность живой речи. Поэтому композиционное членение текста может осуществляться связками *теперь (о)у и вот, тут, здесь* или связочной структурой *сначала – потом* и др;

- целям композиционного членения текста могут служить вопросно-ответные конструкции (вопрос автора, за которым следует его собственный ответ).

- в устной речи дополнительным способом обозначения композиционного членения служат темпоритм и паузы. Формулировки

тезиса и аргументов подаются более медленно и громко, выделяются заметными паузами; иллюстрации и другие вспомогательные фрагменты преподносятся в беглом темпе;

Вступление. Главная цель вступления – подготовить слушателей к речи. Для этого нужно установить с ними контакт, вызвать их расположение и доверие; привлечь внимание слушателей к своей теме; показать, что предмет речи актуален для всех присутствующих и лично для каждого; заинтересовать аудиторию не только интеллектуально, но и эмоционально.

Правила построения вступления:

- не следует затягивать даже удачно задуманное вступление;
- вступление должно быть умеренно энергичным;
- не использовать длинные фразы;
- стилистически вступление не должно резко контрастировать с основными частями речи;
- во вступлении следует избегать существенных для аргументации формулировок и данных, если они не повторяются в других частях речи;
- вступление не следует сочинять до основной части речи.

В риторике выделяются три вида вступлений: прямое (естественное), косвенное (искусственное) и внезапное. Прямое вступление предполагает такое начало речи, при котором оратор сразу приступает к раскрытию темы выступления, например: «Есть одно слово на свете, которым в последнее время все чаще пугают людей: это слово – пропаганда. Чтобы не было никаких недоразумений насчет моего доклада, я, прежде всего, должен заявить, что буду заниматься пропагандой за мир против поджигателей войны» (А.А. Фадеев).

Косвенное вступление используется тогда, когда есть необходимость подготовить слушателей к восприятию основной части выступления, например: «В одной средневековой легенде рассказывается о колоколе, обладавшем волшебным свойством: в его звоне каждый путник слышал тот напев, который ему хотелось услышать. Как часто прения сторон напоминают этот колокол из легенды: одни и те же факты, одни и те же лица, но как по-разному, как несхоже они видятся обвинителю и защитнику».

При внезапном вступлении оратор, взволнованный каким-либо событием, начинает речь внезапно, неожиданно, раскрывая перед слушателями охватившее его чувство, например: «Я должен уже говорить, но я еще слушаю».

Как же наиболее рационально оформить вступление, чтобы оно выполнило свою главную задачу – подготовить слушателей к речи? Для этого надо найти «зацепляющие крючки». Так назвал известный русский юрист конца XIX – начала XX в. А.Ф. Кони различные способы оформления начала речи. «“Зацепляющих крючков” выступлений может быть очень много, – писал он, – что-нибудь из жизни, что-нибудь

неожиданное, какой-нибудь парадокс, какая-нибудь странность, как будто не идущая ни к месту, ни к делу (но на самом-то деле связанная со всей речью), неожиданный вопрос и т. п.».

Риторика рекомендует следующие приёмы: пояснения о значении темы для слушателей или для самого выступающего, изложение своей цели; сообщение, захватывающее внимание, или вопрос, который заставил бы слушателей задуматься; цитата, которая должна быть краткой и возбуждать интерес слушателей к теме; уместный пример, факт, история – всё это может оказаться очень ценным, когда нужно пробудить внимание слушателей; использование предмета – всякое наглядное пособие привлекает внимание слушателей; художественное введение: чтение стихов, показ картины и т. д.

Заключение. Завершение выступления также представляет собой стратегически важный этап речи. Основные задачи заключения на этапе «закругления» речи: дать возможность слушателям припомнить, о чём и что вы говорили (здесь нужно повторить самое главное, причём с усилением, ведь воспринимающий речь на слух не в состоянии пролистать её снова, как книгу); обобщить сказанное, самое существенное в речи, подвести итоги; усилить эмоциональное впечатление от сказанного; поставить конкретные задачи или показать последствия; призвать к действию.

Вступление и заключение образуют композиционную рамку текста, при этом заключение часто предполагает приращение смысла, обогащение тезиса, высказанного во вступлении.

Требования к заключению:

- заключение должно быть четко сформулировано заранее, поскольку оно запоминается слушателями лучше всего (фактор края);
- заключение должно четко отделяться от основной части (В заключение я хочу сказать...);
- в заключении не должно быть новых мыслей и дополнительных сведений, т.к. это психологически нецелесообразно (слушатели все равно их не запомнят или не обратят на них внимание);
- заключение – самая короткая часть речи (не более 1/10 всей речи).

Типы заключений:

- суммирующее – подведение итогов и формулирование выводов, возвращение к ключевым положениям основной части;
- типологизирующее – показывает перспективу сообщения или вводит фон для лучшего понимания предмета речи, дает слушателям еще один шанс понять сообщение (если кто еще не понял);
- апеллирующее – эмоциональное, т.е. прямое обращение к чувствам и личным свойствам слушателей.

В *основной части* решаются общие и конкретные задачи выступления. Методы изложения материала: индуктивный метод;

дедуктивный метод; метод аналогии; концентрический метод; ступенчатый метод; исторический метод.

В структурном отношении основная часть речи включает следующие компоненты:

- 1) изложение – развёрнутое представление темы, где формулируется основная мысль (положение);
- 2) аргументация, доказательство;
- 3) опровержение – контраргументация, разрушение системы аргументов оппонента.

Речевое представление основной части речи обозначено различными функционально-смысловыми типами речи. «Изложение» строится на основе описания и повествования. «Аргументация» и «опровержение» строятся как рассуждение.

Описание – тип речи, который даёт представление о свойствах, характерных чертах, качествах объекта изучения путём перечисления его признаков в данный момент. Лексико-грамматические свойства: 1) состоит из предложений описательного строя, в них конечную позицию занимает подлежащее (после сказуемого); 2) значит, актуализируется значение существительных (всего состава подлежащего) или прилагательных; обращается внимание на форму, внешний вид, части целого, пространственные отношения; 3) конкретизация пространственных отношений может осуществляться за счёт введения детерминантов и обстоятельств места; 4) роль глагола сводится к построению грамматической структуры предложения, его семантика ослаблена. Среди структурных типов описания отчётливо вырисовываются три разновидности: описание с единым планом прошедшего времени; описание с единым планом настоящего времени; номинативные описания.

Повествование – тип речи со значением сообщения о развивающихся во временной последовательности действиях или состояниях. Лексико-грамматические особенности: 1) временная соотнесенность сказуемых, включающая как их временную разнотипность, так и однотипность. Все зависит от длительности изображаемого события во времени. Длительность времени связана с формами прошедшего времени; 2) предложения автономны, подчёркнутой логической связи между ними нет. Порядок их следования определён хронологией развития событий; 3) хронология подчёркивается обстоятельствами времени (первоначально, затем, однажды).

Построение: *экспозиция* (представление действующих лиц, проблемы и исходной ситуации), *завязка* (образование конфликта или проблемы), *нарастание* действия (столкновение позиций и усиление напряжения), *кульминация* (момент максимальной напряжённости), *развязка, или кризис* (разрешение конфликта).

Рассуждение – тип речи, в котором исследуются предметы или явления, доказываются определённые положения. Классический метод построения речи-рассуждения – хрия.

В классической риторике уделялось большое внимание умению строить рассуждение, поскольку это умение является основой красноречия. В теории риторики выделяется понятие «хрия», отражающее структуру речи-рассуждения.

Хрия – это краткое рассуждение, модель доказательства тезиса (афоризма), порядок расположения аргументации в систему. Традиционный порядок хрии, принятый в классической риторике, следующий: *приступ* (вступление), который может содержать обращение, похвалу аудитории или теме, похвалу автору афоризма, взятого в качестве темы; *определение*, или ясное и точное толкование темы (парафразис); *причина*, объясняющая, почему данное положение верно; *опровержение*, т. е. доказательство от противного; *сравнение* (пояснение мысли сравнением или уподоблением); *пример* (подтверждение мысли примером); *свидетельство* (подтверждение данного положения мыслью из авторитетного источника); *заключение* (вывод). Таким образом, хрия обеспечивает необходимый состав аргументов для эффективного доказательства.

Есть правила построения главной части выступления.

Первое правило такое. Выбирая вопросы для главной части, нужно помнить, что они должны быть главными в теме. На каждой смысловой позиции в речи нужно «закрепиться» – обосновать её конкретными примерами. «Все мысли в речи должны быть связаны между собой так, чтоб одна мысль содержала в себе семя другой», – утверждал известный русский политический деятель XIX в., автор «Правил высшего красноречия» М.М. Сперанский.

Второе правило построения главной части выступления звучит так: важно отыскать верное соотношение теоретических рассуждений и фактического материала. Недопустимы здесь две крайности. Первая – когда в выступлении много общих положений, теоретических рассуждений и оратор совершенно забывает о фактическом материале, необходимом для подкрепления теории. Другая – перенасыщение выступления цифрами и именами, статистическими выкладками в ущерб теоретическому обобщению фактов и явлений.

Ещё одно правило построения основной части выступления состоит в том, чтобы все мысли были подчинены одной главной. Эта главная мысль и есть тот самый «гвоздь», который следует определить как конкретную цель речи ещё на этапе её изобретения. Или, по словам известного русского философа и логика XX в. С. Поварнина, главная цель речи – это «король в шахматной игре: как шахматист должен иметь в виду короля, какой бы ход он ни задумал, так и выступающий всегда должен думать о главной цели своей речи – тезисе».

Основная мысль выступления может быть сформулирована или в начале главной части, или в конце. Такое расположение главной мысли объясняется психологическим законом памяти – «фактором края», или «законом первого и последнего места»: лучше запоминается то, что находится в начале или в конце речи. В основной части выступления важно соблюдать главное правило композиции – логическую последовательность и стройность изложения материала, которое позволит слушателям постоянно ощущать причинно-следственные связи рассматриваемых явлений и что в свою очередь создаст предпосылки для понятности и убедительности речи. В основной части оратор должен проявить навыки владения логическими формами изложения (анализ, синтез, сравнение, обобщение) и приемами доказательств (индукция, дедукция, аналогия).

Самые распространенные недочеты композиции выступления – это перегрузка текста теоретическими рассуждениями, отсутствие доказательности основных положений, обилие затронутых вопросов, отсутствие вступления или заключения либо их чрезмерная затянутость.

К содержанию

Тэма 6.

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ ЭЛОКУЦИИ

Элокуция – третий этап на пути от мысли к слову, составляющий и третий раздел традиционной риторики. Это словесное оформление мысли, собственно красноречие – превращение замысла речи, её изобретенного и расположенного в определенном порядке содержания в реальный текст. На этом этапе совокупность идей, смысловой каркас речи одевается в словесные одежды, получает словесное выражение. У М.В. Ломоносова этот раздел риторики называется *украшение*.

Элокуция изначально давала рекомендации довольно широкого спектра и обращалась к таким категориям, как: подбор целесообразных языковых средств; грамматическая правильность; ясность мысли; красота выражения.

Этот раздел в античных риториках разрастался, сливался с теорией словесности, с областью литературоведения, со стилистикой и культурой речи. Объем этого раздела велик: он начинается при выборе темы и заканчивается, когда оратор после выступления, подводит итоги своих успехов и неудач.

Элокуция как раздел риторики дала начало стилистике как особой лингвистической дисциплине. Поэтому стили речи, их разновидности, выразительные средства языка сейчас является предметом изучения стилистики. Коммуникативные качества речи являются областью исследования культуры речи, а грамматические формы и конструкции –

предметом грамматики. Риторика, учитывая достижения других наук – грамматики (лингвистики), стилистики, культуры речи, ставит перед собой задачу целесообразного отбора языковых средств; не имея грамматических, стилистических и – шире – культурно-речевых навыков, нельзя овладеть искусством словесного выражения мыслей.

Остановившись на определенной теме, собирая материал, обдумывая план и композицию своей речи, автор накапливает и языковые средства выражения; он находит их случайно или в целенаправленном поиске, в процессе чтения или по словарям, за столом и на прогулке, когда меткое слово само приходит из тайников памяти. Он учится у писателей и ораторов, находит удачные образы и стилистические фигуры на страницах газет.

Первое направление языкового оформления речи – это выбор средств; в этом выборе автор руководствуется коммуникативной целью предстоящей речи, берет лишь то слово, которое соответствует мысли, замыслу, будет понятно слушателям, возбудит их интерес, воздействует на их чувства.

Второе – построение словосочетаний, предложений, фрагментов текста, целого текста.

Третья линия – работа над стилем: определение того стилистического ключа, который единственно возможен в данном случае, и выбор соответствующих средств языка.

Четвертая линия – использование средств изобразительности языка.

Пятая – совершенствование подготовленного текста: его выверка с точки зрения требований культуры речи, логики, внутритекстовых связей.

Шестая – мысленная подготовка к выступлению с точки зрения устной выразительности, интонаций, позы, жестов, умения держаться на сцене, репетиции наедине с собой.

Завершающий этап – контрольно-оценочный: ибо каждый человек для себя – строгий судья. Все направления связаны между собой, а также совмещены во времени. Они упорядочивают подготовку, напоминают, ориентируют. Лучшие ораторы, мастера устных выступлений, например, Ф.И. Буслаев, В.О. Ключевский, Л.Д. Ландау, А.Ф. Лосев, А.Е. Ферсман не только тщательно готовились по содержанию и по форме, но и постоянно совершенствовались в своей профессиональной области и в области языка.

Риторика всегда требовала от оратора и высокой общей культуры, и языкового мастерства. Ораторский и писательский опыт цивилизованных народов позволяет сформулировать несколько общих требований, соблюдение которых позволяет оценивать конкретные тексты, выступления как хорошие, как образцовые, достойные подражания: содержательность речи; нравственно-оценочный критерий (этос): речь должна быть правдивой, соответствовать истине, должна преследовать благородные цели, служить добру, обогащать участников диалога – слушателей, читателей, а также автора; логичность речи; языковая

правильность (владение нормами литературного языка); ясность речи; высшее требование культуры речи – её выразительность.

Элокуция как раздел риторики дала начало стилистике (как особой лингвистической дисциплине), так как именно в этом разделе изучались виды, особенности и достоинства слога, средства выразительности и изобразительности речи.

Учение о стилях речи столь же древнее, как и риторика. Стиль связан с выбором средств языка в зависимости от условий порождения речи, её целей, жанра произведения, индивидуальной манеры автора, например: разговорный стиль, стиль торжественный, стиль басни, ораторский стиль, стиль речей Цицерона, стиль газетной статьи, стиль небрежный.

Стилистика – учение о стилях языка, их разграничении, о выборе выразительных средств языка. В современной стилистике выделяют: стилистику функциональную; стилистику художественной речи – из неё риторика берёт отдельные приемы и фигуры, образцы писательского мастерства; стилистику индивидуальную (стиль М.Ю. Лермонтова, А.С. Пушкина, Л.Н. Толстого); стилистику практическую.

Существуют разные классификации стилей. М.В. Ломоносов разработал теорию трех «штилей». Современная классификация стилей предполагает деление их на разговорный и книжные (научный, официально-деловой, публицистический) и особый стиль художественной литературы.

Стиль в риторике играет роль ориентира, понимание стилевых различий помогает в выборе слов, других средств языка.

Риторика не ставит перед собой художественных задач: она прагматична. Художественная литература для риторики – образец формы, нравственный идеал. Риторика – наука для всех; она использует школу литературы.

Овладение стилистикой требует также изучения языковых средств, тех пластов лексики, фразеологии, морфологических и синтаксических форм, которые используются в том или ином стиле. В области лексики это слова с определенной стилистической окраской.

Стилистические разграничения возможны и в грамматике.

Средства выразительности речи: Риторические (стилистические) фигуры, тропы. Выразительность речи усиливает эффективность выступления: яркая речь вызывает интерес у слушателей, поддерживает внимание к предмету разговора, оказывает воздействие не только на разум, но и чувства, воображение слушателей. Изобразительная речь воспринимается быстрее, находит более глубокий эмоциональный отклик, вызывает сопереживание, теснее связана с оценочностью на уровне «хорошо – плохо» и лучше сохраняется в памяти.

Сделать речь образной, эмоциональной говорящему помогают специальные художественные приемы, изобразительные и выразительные средства языка, традиционно называемые тропами и фигурами, а также

пословицы, поговорки, фразеологические выражения, крылатые слова. Впервые «цветы красноречия» – тропы и фигуры речи были описаны в античной (древнегреческой) риторике. Большинство фигур речи мы употребляем, сами того не зная. Средства художественной выразительности многочисленны и разнообразны. Лингвисты делят их на две группы: тропы и риторические (стилистические) фигуры речи.

Троп (греч. *trpos*) – это оборот речи, в котором слово или выражение употреблено в переносном значении в целях достижения большей художественной выразительности. Это изменение основного значения слова, перенос названия с традиционно обозначаемого предмета или явления на другой, связанный какими-то смысловыми отношениями с первым. В основе тропа лежит сопоставление двух понятий, которые представляются нашему сознанию близкими в каком-либо отношении. Наиболее распространённые виды тропов: *аллегория, гипербола, ирония, литота, метафора, метонимия, олицетворение, перифраза, синекдоха, сравнение, эпитет*.

Стилистическая фигура (фигура речи, риторическая фигура) – термин, привнесённый в античную риторiku из искусства танца и вошедший в употребление в эллинистическое время, когда развилось учение о фигурах как о необычных оборотах, украшающих речь и способствующих ее убедительности. Стилистическая фигура, в отличие от тропа, представляет собой оборот речи, синтаксическое построение, используемое для усиления выразительности высказывания. Фигуры речи – это особые формы синтаксических конструкций, с помощью которых усиливается выразительность (экспрессивность) речи, увеличивается сила её воздействия на адресата. Наиболее распространены риторические (стилистические) фигуры: *анафора, антитеза, бессоюзие, градация, инверсия, многосоюзие, параллелизм, риторический вопрос, риторическое обращение, риторическое восклицание, умолчание, эллипсис, эпифора*.

Текст, в котором удачно употреблены оригинальные тропы и фигуры, несомненно, выигрывает, поражает образностью и оригинальностью. Насчитывается несколько десятков риторических фигур; все они очень интересны и полезны в речи. *Фигуры выделения* основаны на сопоставлении слов во фразе. Чаще всего – это повторы: анафора, эпифора, эпимона – повтор грамматических форм «платить – платят», лексический повтор, семантический повтор – употребление в тексте слов, близких по смыслу. *Фигуры синтаксиса*: инверсия, антитеза, амплификация – накопление синонимов. *Фигуры речемыслительные*: перифраза, ирония, уподобление – развернутое сравнение одного факта действительности с другим, несущее дополнительную информацию и помогающее раскрыть мысль автора. *Фигуры, выражающие эмоции*: риторический вопрос, риторическое ответствование – автор задает себе вопросы, а затем сам же отвечает на них.

Риторические тропы – это не все случаи употребления слов и выражений в переносном значении, а только те, которые сохраняют образность, не утратили своей двуплановости и не лишились выразительности (*тоска грызет, обида ранит, похвала греет*).

Общие рекомендации к использованию тропов:

– яркость речи должна сочетаться с её естественностью. По словам Аристотеля, украшая речь, «это следует делать незаметно, делая вид, что говоришь не искусственно, а естественно»;

– чтобы говорить блестяще, ритор должен обладать не только хорошей подготовкой, но и определенной смелостью, позволяющей находить нужные картины в процессе самой речи и не бояться употребить пришедший на ум образный оборот.

Риторические тропы и фигуры обеспечивают реализацию одного из законов риторики – эстетического удовольствия слушателей от обращённой к нему речи. Однако неправильно рассматривать их только как средство украшения речи, тропы являются также средством познания мира, более точного выражения понятий.

В качестве родового (гиперонимического) понятия по отношению к тропам, фигурам и другим отклонениям от нормы было предложено понятие *риторического приема*. Риторический приём определяется как осуществляемое в речи прагматически мотивированное отклонение от нормы или её нейтрального варианта с целью оказания определенного воздействия на адресата. Такое отклонение наблюдаем, например, в следующем случае: ...*Так вот, мужики! В нашем колхозе хавос!* (Р. Белов. Астафьевские анекдоты) – эпентеза (вставка звука, приводящая к искажению звукового облика слова) используется как отклонение от фонетической нормы с целью речевой характеристики персонажа. Именно мотивированность отклонения от нормы (или её нейтрального варианта) – основной принцип продуцирования риторического приема и его системообразующее свойство, так как свойство быть приёмом (а не ошибкой) отклонение от нормы получает лишь в той или иной конкретной ситуации.

Общепринятой классификации приемов не существует, хотя попытки решения этой задачи неоднократно предпринимались исследователями: насчитывается не один десяток типологий фигур речи и тропов.

Коммуникативные качества речи – такие свойства речи, которые помогают организовать общение и сделать его эффективным. Этот термин был предложен в 60-е гг. XX в. ученым-лингвистом Б.Н. Головиным, который выделяет следующие качества речи: правильность, богатство, точность, краткость, логичность, выразительность, образность, уместность, чистота, доступность, действенность. Для сравнения в Древней Греции: «Достоинств речи пять: чистота эллинской речи, ясность, краткость, уместность, красота». Хорошая речь свидетельствует о высоком уровне

культуры говорящего (пишущего) и, следовательно, делает общение более эффективным.

Коммуникативным качеством, обеспечивающим общность «кода» коммуникантов разного образовательного и интеллектуального уровня, является *правильность*. С позиций культуры речи правильность – основное коммуникативное качество, обеспечивающее взаимопонимание. Правильная речь – это речь, в которой соблюдены нормы современного литературного языка.

Уместность. Речь может быть эффективной только тогда, когда она уместна. Уместной называется речь, которая соответствует всем параметрам коммуникативной ситуации. Различаются два основных вида уместности: *уместность содержательная* (соответствие содержания высказывания условиям общения) и *стилистическая* (соответствие употребленных автором речевых средств содержанию, жанру и стилю высказывания).

Доступность предполагает такое построение речи, при котором уровень сложности речи и в терминологическом, и в содержательном, и структурном отношении соответствует интеллектуальному уровню адресата.

Элокуция не сводится только к украшению речи. Если вам предстоит с написанной речью выступать публично, необходимо адаптировать ее к устному произнесению, еще раз обратить внимание на средства словесного выражения. Понимание речи на слух является трудной задачей, поэтому нужно ее для слушателей максимально упростить. Не случайно к устному тексту публичного выступления предъявляются определенные требования:

1. В выступлении должны преобладать более употребительные слова и выражения. Поэтому книжные и официальные слова по возможности нужно заменять на нейтральные или разговорные, которые воспринимаются легче и вызывают большее доверие к оратору. Такой способ называется стилистической заменой.

2. Избегайте многословия. Следите за тем, что в речи не было лишних научных и абстрактных слов, а все неизвестные для слушателей термины разъяснялись и, если необходимо, повторялись в разных сочетаниях. Такое объяснение сложных слов через простые называют способом популяризации.

3. Необходимо упростить синтаксис. Старайтесь избегать сложных синтаксических конструкций (развернутых причастных оборотов, длинных сложноподчиненных предложений и т.п.). Из длинных предложений в процессе подготовки текста лучше сделать несколько коротких.

4. Цифры выглядят убедительно, но их не должно быть много. Более того, чтобы цифры лучше воспринимались на слух, их лучше округлять или подавать в сравнении, в пропорции. Необходимо также точно указывать источник приводимых статистических данных.

5. Слишком обобщенные наименования необходимо заменять конкретными. Конкретизация способствует возникновению наглядных образов в сознании слушателей, придает речи достоверность, правдивость.

6. Если вы в чем-то убеждаете собеседника, то очень важно, чтобы выражаемая идея повторялась в ходе выступления. Но чтобы она не настораживала слушателя, а лучше запомнилась, повтор должен осуществляться в разной словесной форме. Например: *мы должны изложить народу все факты; наш долг – дать народу полный отчет; народ должен все знать; надо сказать правду народу.*

7. Используйте риторические приемы, позволяющие привлекать и удерживать внимание слушателей. Эффективны приемы диалогизации речи, например риторический вопрос, дилиберативный вопрос (вопрос к самому себе), вопросно-ответная конструкция, прием интимизации и некоторые другие. Обязательно соблюдайте нормы риторической этики.

Основные требования к использованию риторических средств выразительности речи – это их уместность в речи и коммуникативная целесообразность.

[К содержанию](#)

МАТЕРИАЛЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тэма 1 ВВЕДЕНИЕ В РИТОРИКУ

Вопросы для обсуждения

1. Предмет, объект, цели и задачи риторики.
2. Многозначность термина «риторика». Классические определения риторики.
3. Современный подход к определению предмета риторики.
4. Теоретическая и прикладная риторика.
5. Общие и частные законы риторики.
6. Понятие риторической коммуникации.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Анненкова, И. В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теоретический и практический аспекты: учеб. пособ. – 2-е изд, испр. и перер. / И. В. Анненкова. – М. : МедиаМир, 2013. – 120 с.
2. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
3. Леванцэвіч, Л. В. Рыторыка : курс лекцый / Л. В. Леванцэвіч ; Брэсц. дзярж. ун-т імя А.С. Пушкіна. – Брэст : БрДУ, 2020. – 153 с.
4. Писарук, Г. В. Риторика: от теории к практике : учебно-методическое пособие [для вузов] / Г. В. Писарук. – Брест : БрГУ им. А. С. Пушкина, 2012. – 106 с.
5. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.
6. Хазагеров, Г. Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.

Задания

Задание 1. Ответьте, почему риторику называют:

- наукой общения?
- наукой самоуважения?
- наукой взаимоуважения?

Задание 2. Подберите в научной литературе не менее 7 определений риторики. Определите, какое из них более приемлемо лично для вас, и обоснуйте точку зрения.

Задание 3. Ответьте на вопрос, поставленный Квинтилианом: природное дарование или учение способствует красноречию? Найдите ответ на этот вопрос у разных ораторов древности. Приведите свои аргументы за или против.

Задание 4. Кто из известных тележурналистов, на ваш взгляд, лучше владеет словом? Какие качества отличают его речь: логичность, эмоциональность, знание фактов, правильность, точность, уместность, образность, индивидуальность? Насколько дополняют друг друга речь журналиста и его внешний облик? Кто из современных политических деятелей, по вашему мнению, лучше других владеет словом? Мотивируйте свой ответ. Какие качества речи наиболее значимы для тележурналиста. А какие – для политического деятеля?

Задание 5. Составить списки: а) ваших сильных и слабых сторон как слушателя; б) ваших сильных и слабых сторон как оратора.

Задание 6. Выявите отношение понятий «убеждение», «внушение», «принуждение». Назовите способы убеждения и внушения, применяемые известными ораторами прошлого и современности. *Используя печатные СМИ, приведите примеры убеждения, внушения и принуждения.*

К содержанию

Тема 2

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ РИТОРИКИ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Зарождение и развитие риторики. Ораторское искусство Древней Греции.
2. Происхождение ораторских жанров (политических, судебных, торжественных (эпидейктических) речей.
3. Роль софистов в распространении риторических знаний (Сократ, Платон).
4. «Риторика» Аристотеля.
5. Красноречие в Древнем Риме. Генезис жанров древнегреческой риторики.
6. Единство ораторской практики и развития риторической теории в деятельности Цицерона.
7. Риторика Средневековья.
8. Искусство красноречия эпохи Возрождения и нового времени.
9. Новейшая риторика (неориторика) как совокупность достижений различных областей современного гуманитарного знания.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Анненкова, И. В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теретический и практический аспекты: учеб. пособ. – 2-е изд, испр. и перер. / И. В. Анненкова. – М. : МедиаМир, 2013. – 120 с.
2. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.

3. Леванцэвіч, Л. В. Рыторыка : курс лекцый / Л. В. Леванцэвіч ; Брэст. дзярж. ун-т імя А.С. Пушкіна. – Брэст : БрДУ, 2020. – 153 с.

4. Писарук, Г. В. Риторика: от теории к практике : учебно-методическое пособие [для вузов] / Г. В. Писарук. – Брест : БрГУ им. А. С. Пушкина, 2012. – 106 с.

5. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.

6. Хазагеров, Г. Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.

Задания

Задание 1. *Прочитайте правила убеждения собеседника, которые разработали древние ученые. Какое правило Вы считаете наиболее удачным, обоснуйте свой выбор.*

1) Правило Гомера гласит, что убедительность ваших доводов напрямую зависит от их очередности. Наилучшим для убеждения будет следующий порядок подачи аргументов: сильные – средние – один самый сильный. Не используйте слабые аргументы, с их помощью вы не убедите собеседника, а нанесете лишь вред всей вашей аргументации. Помните, что сила/слабость доводов определяется не лицом их приводящим, а тем, кто принимает решение. То есть, аргументы, которые кажутся сильными вам, совсем не обязательно покажутся таковыми вашему оппоненту, поэтому будьте максимально объективны при выборе доказательств.

2) Правило Сократа состоит в том, что если вы желаете получить положительный ответ по важному для вас вопросу, поставьте его третьим в очередности, предварив двумя простыми для понимания собеседника и короткими вопросами, на которые он без труда даст вам положительный ответ. Таким образом, вы подготавливаете почву, настраивая вашего собеседника на положительный лад, и в момент, когда вы задаете третий важный для вас вопрос, он психологически настроен, ответить вам «да».

3) Правило Паскаля призывает нас не «добивать противника», загоняя его в угол своими аргументами. Предоставьте ему шанс «сохранить лицо» и сберечь чувство собственного достоинства. Поверьте, предоставленная вами возможность собеседнику «капитулировать» достойно, обезоружит его. Невербальные сигналы как средство убедить собеседника в своей правоте. Невербальные сигналы являются вспомогательным средством, помогающим повысить эффективность общения и уровень понимания собеседниками друг друга. Если вы хотите научиться убеждать собеседника, то вам совершенно необходимо изучить язык тела, для понимания позиции собеседника, его степени вовлеченности в дискуссию, его отношение к вашим аргументам, а также своевременно выявить непонимание, и уметь обойти «острые углы». Ниже, мы приведем вам ряд признаков и отличительных особенностей языка

жестов, которые позволят вам «читать» собеседника, и использовать эту информацию для того, чтобы убедить собеседника в своей правоте:

А) Интерес, вовлеченность собеседника. Основным признаком интереса и вовлеченности партнера в разговор проявляется в развороте его тела в вашу сторону, наклонение головы и туловища по направлению к вам. Чем больше он развернут в вашу сторону и наклонен, тем выше его интерес к разговору, и, соответственно, наоборот:

- усиление внимания к собеседнику: наклонение головы и верхней части тела к собеседнику, обращенное к собеседнику лицо и прямой взгляд при выпрямленной голове, повышающаяся скорость движений, оживленная посадка на краю стула/дивана, неожиданное прекращение ритмичных движений рук, ступней или ног, активная и открытая жестикуляция рук и кистей рук, убыстряющаяся речь;

- солидарность с собеседником, доверие, уважение, отсутствие критики: голова расслаблена, может быть слегка откинута назад или наклонена вбок, широкая ненапряженная поза, посадка нога на ногу, спокойный и открытый взгляд прямо в глаза собеседнику, едва заметные кивки головой, спокойная свободная улыбка, на долю секунды закрываемые глаза;

- «боевая готовность» к работе и активной деятельности: тело становится напряженным, происходит резкое вскидывание головы, верхняя часть туловища принимает свободную, прямую посадку.

Б) Убывающий интерес. Движениями кистей рук или ступней ног, замедляющаяся жестикуляция и скорость речи.

В) Недоверие, неуверенность, сомнение и внутреннее беспокойство: непрекращающиеся движения кистей рук, пальцев ног или ступней с небольшой амплитудой трактуется как негативное нервное напряжение; повторяющиеся движения с нарушенным ритмом, такие как неравномерное постукивание пальцем, ёрзанье туда-сюда на стуле и др.

Г) Глубокая задумчивость, размышления характеризуются расслабленным взглядом, устремленным вдаль, заложенными за спину руками, потиранием лба медленными стирающими движениями, касанием рта пальцами при взгляде, смотрящем как бы сквозь пространство, глазами, закрываемыми на несколько секунд, активной, но в то же время малоподвижной мимикой лица.

Д) Отвращение, активная и/или пассивная защита, усиливающееся отвлечение: отклонение всего тела назад с вытянутыми вперед ладонями, отворачивание лица от собеседника. При гневe, возбуждении, нежелании и удивлении характерно сильное напряжение, появление вертикальных складок на лбу, стискивание зубов или наоборот их обнажение, усиление громкости голоса, покраснение лица, сильные нецелесообразные движения, хлопанье ладонью или костяшками пальцев по столу. Умение убеждать собеседника развивается и оттачивается годами практики. У кого-то научиться убеждать собеседника получается быстрее, у кого-то

медленнее. Но зная определенные принципы и законы воздействия на собеседника, умея классифицировать аргументы по степени их силы и влияния, читая невербальные сигналы, и применяя иные советы, данные в этой статье, вы гарантированно сможете убедить собеседника в вашей точке зрения.

Задание 2. Прочитайте отрывок из “Краткое руководство к красноречию” (1748). Определите, как понимал красноречие М.В. Ломоносов и какие основные требования ставились им к ученикам.

Красноречие есть искусство о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об оной мнению. (7, 91)

К приобретению оного требуются пять следующих средств: первое – природные дарования, второе – наука, третье – подражание авторов, четвертое – упражнение в сочинении, пятое – знание других наук. (7, 92)

Душевные дарования, а особливо <ум, память> остроумие и память <рассуждение, которое> к получению сего искусства толь необходимо нужны, как добрая земля к посеянию чистого семени, ибо как семя на неплодной земли, так и учение в худой голове тщетно есть и бесполезно. (7, 93)

И для того Аполлоний Алабенденский, славный в древних временах красноречия учитель, по свидетельству Цицеронову, тех, которые от родителей своих к нему в училище присылались, в самом начале учения природную остроту прилежно рассматривал и которых приметил к тому быть неспособных немедленно назад отсылал, чтобы они напрасными трудами себя не изнуряли. (7, 93)

Задание 3. Подтвердите или опровергните актуальность требований к работе над созданием речи, которые формулируются в труде “Краткое руководство к красноречию”.

Чтобы в собирании первых, вторичных и третичных идей <правильно> не по одной соображения силе поступать, для того должно наблюдать следующие правила: 1) все термины, которые тема в себе имеет, написать особливо; 2) к каждому термину приискать первые идеи из мест риторических и приписывать к ним особливо одну от другой в нарочитом расстоянии, чтобы вторичным и третичным места осталось; 3) к первым идеям приискивать и приписывать вторичные, к вторичным, ежели надобно, третичные из тех же мест; 4) ежели которое место в рассуждении какого термина неплодно, то можно миновать, как в неусыпности материальные свойства и знаменование имени; 5) должно смотреть, чтобы приисканные идеи приличны были к самой теме, однако не надлежит всегда тех отбрасывать, которые кажутся от темы далековаты, ибо оне иногда, будучи сопряжены по правилам следующие главы, могут составить изрядные и к теме приличные сложенные идеи. (7, 111)

Для лучшего изъяснения <<истолкования> понятия> сих правил предлагаем в пример вышепомянутую тему: неусыпный труд препятства

преодолевают <превосходит> с изысканием и присовокуплением к каждому термину идей первых и вторичных из мест риторических. (7, 111)

К первому термину – неусыпность – первые идеи присовокупаются: 1) от жизненных свойств – надежда о воздаянии, послушание к начальникам, подражание товарищам, богатство, которого неусыпный желает, или честь, которая его побуждает, 2) от времени – утро, вечер, день, ночь, 3) от подобия – течение реки, которому неусыпность подобна, 4) от противного – леность, 5) от несходственного – гульба. (7, 111)

К третьему термину – препятства: 1) от жизненных свойств – страх, 2) от времени – зима, война, 3) от места – горы, пустыни, моря. (7, 112)

К четвертому термину – преодоление: 1) от жизненных свойств – радость, 2) от предыдущих <от последующих. (7, 112)

К сим первым идеям присовокупаются вторичные – к надежде: 1) от рода и вида другие страсти, как любовь, желание; 2) от действия – ободрение; 3) от последующего – исполнение; 4) от противных – отчаяние; 5) от подобия – сон. (7, 112)

К богатству: 1) от частей – золото, камни дорогие, дома, сады, слуги и прочая, 2) от знаменования имени – что от слова бог происходит, 3) от действия – что друзей много достает, 4) от происхождения – что от своих трудов происходит, 5) от противных – убожество. (7, 112)

К чести: 1) от действия – свободный доступ к знатым, 2) от жизненных свойств <от признаков – ордены. (7, 112)

К утру: 1) от действия – возбуждение людей, скрывание звезд, 2) от частей – заря, восхождение солнца, 3) от обстоятельств – пение птиц. (7, 112)

К вечеру: 1) от свойств материальных – темнота, холод, 2) от обстоятельств – роса, звери, из нор выходящие. (7, 112)

К ночи: 1) от жизненных свойств – дремота, 2) от обстоятельств – молчание, луна, звезды. (7, 112)

К течению реки: 1) от свойств материальных – быстрота, жидкость, прозрачность, 2) от содержимого <от содержащего> – берега, от содержащего <от содержимого> – суда, рыбы, 3) от действия – омытие, напоевание. (7, 112)

К гульбе: 1) от жизненных свойств – веселие, 2) от времени – весна, ясные дни, 3) от места – сады, луга, 4) от обстоятельств – игры, свидание с приятельми. (7, 113)

К силе: от уравнивания – Сампсон, Гераклес. <к устали 1) от следующих – частое дыхание, 2) от подобия> (7, 113)

К пчелам: от действия – летание по цветам, собирание меду. (7, 113)

К страху: 1) от материальных свойств – бледность, трясение членов, 2) от подобия – трепещущиеся листья в осень от бури. (7, 113)

К зиме: 1) от свойств материальных – снег, мороз, град, 2) от действия – деревья, лишенные листов и плодов, 3) от происхождения – отдаление солнца. (7, 113)

К войне: 1) от свойств жизненных – лютость неприятелей, 2) от действия – инструменты, мечи, копья, огонь, разорения, 3) от следующих – слезы разоренных. (7, 113)

К горам: 1) от свойств материальных – вышина, крутизна, расселины, пещеры, 2) от обстоятельств <трясение земли, которое в гористых> – ядовитые гады, животные, которые в горах бывают. (7, 113)

К пустыням: 1) от частей – леса, болота, пески, 2) от жизненных свойств – скука, 3) от обстоятельств – разбойники, звери. (7, 113)

К морям: 1) от действия – непостоянство, волнение, <от обстоятельств – места, камни> 2) от места содержащего – камни, пучины. <жерла> (7, 113)

К радости: 1) от действия <смех> – восклицания, плескания, 2) от подобия – прохлаждение после зноя. (7, 113)

К воспоминанию: от обстоятельств – извещение приятелям и увеселение оных, печаль недугов и зависть. (7, 113)

В сем примере хотя только первые и вторичные идеи и те из немногих мест риторических к терминам приложены, однако ясно видеть можно, что чрез сии правила соображение человеческое иметь может великое вспоможение и от одного термина произвести многие идеи. (7, 115)

Мы учим здесь собирать слова, которые не без разбору принимаются, но от идей, подлинные вещи или действия изображающих, происходят и как к предложенной теме, так и к самим себе некоторую взаимную принадлежность имеют, что окажется чрез приличное оных сопряжение в следующей главе. (7, 116)

Задание 4. Назовите формулы речевого этикета, которые использует автор. Как они способствуют созданию общей интонации просьбы и жалобы?

Я то нендзный Афанасий, который року 1640 послушне я Купятич за волею бозскою (што доводне показується) на игуменство церкви православное до Берестя Литовского (где то фундамент унеи проклятой стался) приехавши, права и привилея, на пергаменах найденные, з страшным проклятством на униты, до книг гродских берестейских актиковалем и оголосилем в церкви и на розных местцах, волею бозскою указуючи, же тое розделене Руси в приняте унеи незвычайным способом з неналежным пастырем ест барзо проклятое. Потом з метрик вашей королевской милости варшавских экстрактами тые справы повыймовавши ново, привилей с потверженьем оных прав на церков православную Берестейскую од вашею королевскою милости, пана нам щасливе пануючого Владыслава Чевертого, с подписом руки набылем. Але запечатовати его ксионже канцлер и ксиондз подканцлерий и за тридцать таляров твардых не хотели. И гдым был в покаях их милостей. Мовили до мене: «Будете все униатами, то дармо запечатуем, бо ведайте, же под клятвою нам заказано от святого отца папежа, абы юж болшей вера грецкая тут не множилася»...

Найяснейший кролю полский. Пан мой милостивый. О то кривду незносную маем. Не хочут нам, людям правоверным, в справах побожных церковных привилеов печатовати. Не хочут нас ведлуг прав заховати поприсяжонных вашей королевской милости. И юж то от пятидесят лет вера правдивая и церков восточная грецкая под вами, паны христианскими, в королевстве Полском для збытков унеи проклятой аж назбыт утиски терпит. А то за причиную и помочю ненавистных капланов рымских, а найбарзей езуитов барзо мудрых, которые то езуиты внутрности людские в детках малых отливными словы на науки облудные и на титулы высокие побравши, в школах комедии строячи, в костелах катедры маючи и книжки переницованные, измышление ошуканем шатанским, выдаючи, незбожне до людей простших, потаковников своих, в огиду подают и преследуют правоверных христиан, сами будучи неправоверные... (А. Філіповіч «Новины правоверным пожаданые о успокоение веры и церкви православной восточной...»).

Задание 5. *Прочитайте. Что из исторического наследия разных народов актуально сегодня для практики общения?*

Диалог как самостоятельный литературно-философский жанр появился лишь в античной Греции в период обострения идеологической борьбы. Разносторонний научный потенциал, сформированный на основе терпимости и глубокой восприимчивости к чужим взглядам и чужому культурному наследию (влияние ассирио-вавилонской, египетской, иудейской, микенской культур), поощряемый обществом дух агонизма (состязательности), который способствовал развитию спортивных состязаний и самых разнообразных научных теорий, особо почтительное отношение к наукам, искусствам, почитание трудолюбия как особо высокой ценности – стали предпосылками выдающихся достижений в области науки, искусства, позволили эмпирическим путем прийти к формулированию принципов агонистики, сегодня воспринимаемых нами как аксиомы: 1) Истина и мнение не одно и то же (сформулирована Ксенофаном). 2) Открытие истины доступно разуму человека. 3) Истина, выраженная в форме суждения, доказуема. 4) Доказуемость возможна благодаря дедуктивным (конкретизирующим) умозаключениям (2, 3, 4 сформулированы Аристотелем).

Разные типы культуры вырабатывали определенные характерные для них формы обмена мнениями. В индийской традиции, где борьба религий между собой выражалась в открытых спорах, предпочтение отдавали публичным дискуссиям, проводившимся с большой помпезностью, иногда даже театрализовано, поверженный в таком словесном бою мог стать рабом победителя, отдать ему свое имущество, по решению суда лишиться себя жизни, считая для себя невозможным дальнейшее физическое существование. В результате появилось знаменитое «индийское правило спора»: прежде чем сформулировать собственную мысль, нужно

установить точку зрения оппонента, опровергнуть ее и лишь затем изложить свои суждения, обосновать их с позиции оппонента.

Внимание китайских философов и логиков привлекали различные способы софистических обоснований, психологический аспект спора (мотивация спорящих), проблема уточнения смысла понятий и многое другое. Так, последователи философа Мо Ди, основателя моизма, рассматривали такие условия спора: а) если суждения тождественны, то не может быть спора; б) спор рождается при наличии разных суждений об одном предмете мысли; в) побеждает в споре тот, чье мнение соответствует действительности и т. п. Сократ превращает публичный спор в беседу с глазу на глаз двух равноправных партнеров, совместно ищущих истину (эвристический диалог. Особо важным является искусство постановки вопросов и методического отбора удачных ответов, а также требование необходимости пропорционального соединения формы и содержания. Основная цель такой беседы – рождение истины на глазах собеседника – определяет готовность Сократа отказаться от своей точки зрения, если оппонент представит достаточно веские аргументы против нее. Метод поиска истины – майевтика (метод повивальной бабки) – распределял функционально роли собеседников как ведущего и ведомого, т.е. задающего определенные вопросы, с одной стороны, и ищущего ответы на них и приходящего к определенным выводам, с другой.

Задание 6. *Познакомившись с текстом, объясните сущность сократовского метода поиска истины. Составьте диалог с реальным или воображаемым собеседником, формулируя вопросы так, чтобы ему ничего не оставалось делать, как согласиться с вами.*

Сократический метод

Сократ, прозванный «афинским оводом», был замечательным человеком, несмотря на то что ходил босиком и женился на девятнадцатилетней девушке, когда ему стукнуло уже сорок и голова его облысела. Он сделал то, что сумели сделать лишь немногие люди за всю историю человечества, коренным образом изменив процесс мышления; и теперь, спустя двадцать три столетия после его кончины, его чтут как одного из мудрейших философов, которые своим искусством убеждать когда-либо оказывали влияние на этот одержимый спорами мир. Его метод? Разве он говорил людям, что они не правы? О нет, только не Сократ. Он был для этого слишком умен. Его подход, известный сейчас под названием «сократического метода», основывался на стремлении получить от собеседника утвердительный ответ. Он задавал такие вопросы, которые заставляли его оппонента соглашаться с ним, он все снова и снова добивался признания своей правоты, а тем самым и множества утвердительных ответов. Он продолжал задавать вопросы до тех пор, пока наконец его оппонент, почти не отдавая себе в этом отчета, приходил к тому самому выводу, который яростно оспаривал бы несколькими минутами раньше. В очередной раз, когда нам до смерти захочется сказать

человеку, что он не прав, давайте вспомним старого босоногого Сократа и смиренно зададим собеседнику свой вопрос – вопрос, ответом на который будет «да».

У китайцев есть пословица, отражающая многовековую мудрость никогда не меняющегося Востока: «Тот, кто мягко ступает, далеко продвинется на своем пути». Эти мудрые китайцы затратили пять тысяч лет на то, чтобы постичь человеческую натуру. Итак, если вы хотите склонить кого-то к вашей точке зрения, заставьте собеседника сразу же ответить вам «да».

Давайте преуменьшать наши достижения. Давайте проявлять скромность. Лучше будем вместо этого поощрять партнера говорить о себе.

Итак, если хотите склонить кого-либо к вашей точке зрения, соблюдайте правило: пусть большую часть времени говорит ваш собеседник.

И еще одно правило. Внушайте вашему собеседнику сознание его значительности и делайте это искренне. Дискуссия предполагает в числе прочих качеств и быстроту реакции спорящих, умение вовремя ответить репликой.

Задание 7. Завершите начатую фразу.

1. Под лежащий камень... 2. Вечно зеленая... 3. Клуб юных товарищей... 4. Как мало нужно для счастья... 5. Не откладывая на завтра то, ... 6. До конца мы бываем преданы... 7. И у светлого будущего может быть... 8. Тот, кто поднялся выше, просто... 9. Истина рождается как ересь и... 10. Чтобы хорошо соврать,... 11. По многочисленным просьбам радиослушателей... 12. Продать можно все... 13. В остроте мысли виновен обычно язык... 14. В книгах писателя Н. много хорошего и... 15. Люблю гостей, когда...

Сопоставьте ваши варианты с авторскими, сравнив степень оригинальности и остроты.

1. ...я всегда успею. 2. ...тоска. 3. ...своих старших друзей. 4. ...если учесть, что горе от ума. 5. ...что можно сделать послезавтра. 6. ...только земле. 7. ...темное прошлое. 8. ...раньше полез. 9. ...умирает как банальность. 10. ...надо знать правду. 11. ...песня исполняется в последний раз. 12. ...когда уже можно будет все купить. 13. ...а бьют по голове. 14. ... это цитаты из классиков. 15. ...они приходят к соседям.

[К содержанию](#)

Тема 3

**МЕДИАРИТОРИКА КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
ДИСЦИПЛИНА, МИРОВОЗЗРЕНИЕ**

Вопросы для обсуждения

1. Медиакультура и классическая риторика.

2. Медиакартина мира. Медиадискурс.
3. Становление и развитие медиариторики в условиях становления информационного общества.
4. Медиариторика как деятельность и дисциплина. Задачи медиариторики.
5. Понятие, характеристика и дифференциация риторического идеала.
6. Медиариторический этос, логос, пафос.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Анненкова, И. В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теоретический и практический аспекты: учеб. пособ. – 2-е изд, испр. и перер. / И. В. Анненкова. – М. : МедиаМир, 2013. – 120 с.
2. Анненкова, И. В. Этос, логос и пафос современного медиадискурса / И. В. Анненкова // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» (13–15 мая 2010 г.). / Под общ. ред. В. В. Тулупова. – Ч. II. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С. 41–42.
3. Іўчанкаў, В. І. Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз СМІ : Курс лекцый / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009. – 280 с.
4. Кириллова, Н. Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2005. – 445 с.
5. Матвеева, Т. В. Риторический практикум журналиста / Т. В. Матвеева. – М. : Флинта, 2007. – 312 с.
6. Самусевіч, В. М. Беларускія СМІ ў лагасферы нацыянальнай культуры : [манаграфія] / В. М. Самусевіч ; рэц.: В. І. Іўчанкаў, А. М. Елавік ; рэд. М. П. Карповіч. – Мінск : БДУ, 2012. – 164 с.

Задания

Задание 1. *Дайте развернутое определение понятий «медиариторика», «медиакартина мира», «медиадискурс».*

Обратите внимание на многозначность понятия картины мира как а) глобального образа мира, б) теоретической модели, в) инструмента познания; на различные подходы к трактовке понятия картины мира; на проблему сосуществования и корреляции в современном плюралистичном обществе различных картин мира, формируемых в разных сферах жизни, в том числе в массовой коммуникации.

Задание 2. *Охарактеризуйте средства массовой информации (можно на примере нескольких публикаций одного СМИ) и рекламу (на выбор) с точки зрения их картиноформирующего потенциала и социальной ответственности перед обществом. Объясните механизмы*

эффективного и благоприятного / неблагоприятного влияния средств массовой информации и рекламы на аудиторию.

Задание 3. *Оцените стратегию рекламы банков Беларуси, эксплицируемую в рекламных слоганах с точки зрения соответствия/несоответствия белорусским национальным стереотипам. Какие новые установки формирует эта реклама?*

Альфа-Банк: Честным быть выгодно;

РРБ-Банк: Мы любим жизнь, как вы;

Беларусбанк: Всегда рядом!;

Белорусский Народный Банк: Почувствуй будущее;

Евробанк: Банк на вашей территории.

ТрансКредитБанк: Пространство стабильности.

Задание 4. *Сравните подачу одной и той же новости на разных каналах или в разных СМИ (Sputnik Беларусь, БЕЛТА, ОНТ, БТ и пр.). Произведите риторический анализ выбранных текстов. Выявите факт и определите его роль в формировании журналистского текста. Определите основные неориторические постулаты отбора и предъявления информации. Классифицируйте адресанта и адресата текста массовой коммуникации. Определите тему и задачу текста, найдите тезис, проанализируйте аргументацию. Какие программы/СМИ более информативны и больше стремятся к объективности?*

Задание 5. *Что такое риторический идеал? Черты каких риторических идеалов проявляются в следующих высказываниях? Дайте развёрнутый аргументированный ответ.*

➤ Говорить есть не что иное, как возбуждать в слушателе его собственное внутреннее слово (В. Ф. Одоевский).

➤ Говорить – вовсе не значит вступать в коммуникативный акт, как нередко считают. Это прежде всего значит подчинять себе собеседника (Ролан Барт).

➤ Вот и другой закон для смертных ты отчётливо увидишь. Не было ничего совершенно прекрасного и безобразного, но это сделал случай, принявши как безобразное и отличивши как прекрасное. Так что же рассуждать? Я сказал, что докажу тождество безобразного и прекрасного, и во всём этом я доказал (последователь Протагора).

➤ Разговор – это здание, возводимое сообща. Выстраивая фразы, собеседники не должны терять из виду общую конфигурацию здания; так опытный каменщик ведёт свою кладку (А. Моруа).

Задание 6. *Охарактеризуйте основные категории образа ратора: пафос и этос. Назовите, как соотносятся риторическая эмоция и пафос.*

Задание 7. *Прокомментируйте фрагменты текстов СМИ: назовите дискурсивные средства реализации риторического этоса:*

«... люди, которых я представляю, отказались брать деньги. Вам, наверное, это не противно и несвойственно, что есть люди, которых деньги не интересуют, но это так».

«[Добровинский:] Я ответил “нет”, потому что хорошо знаю и понимаю, как выстроить линию защиты, по которой Михаил Ефремов может выйти из этой ситуации с наименьшими потерями.... Я думаю, что я мог бы ему сделать так, чтобы даже условного не было бы. [Нарышкин:]...Это волшебство. Если вы волшебник, я готов это принять. [Добровинский:] Вы же знаете, куда вы позвонили».

Задание 8. *Вам предстоит выступить на собрании студентов первого курса и призвать всех прийти на субботник. Какие аргументы к пафосу (угрозы и обещания) вы можете использовать?*

[К содержанию](#)

[Тема 4](#)

[СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ ИНВЕНЦИИ](#)

Вопросы для обсуждения

1. Античный риторический канон (докоммуникативный, коммуникативный и посткоммуникативный этапы построения речи).
2. Инвенция как работа над содержанием речи.
3. Цель, задача, сверхзадача, ситуация и тема, их виды.
4. Информация в структуре инвенции. Источники накопления информации.
5. Тезис речи. Правила формулирования тезиса.
6. Образы оратора и аудитории как проблема инвенции.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
2. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.
3. Практикум по истории риторики / Л. А. Мурина [и др.] – Минск : БГУ, 2003. – С. 14–39.
4. Риторика : курс лекций/ Л. А. Мурина [и др.]; под ред. Л. А. Мурина. – Минск : БГУ, 2002. – 175 с.
5. Риторика : учебник / А. К. Михальская. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 480 с.
6. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.
7. Хазагеров, Г. Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.

Задания

Задание 1. *Раскройте содержание следующих понятий: цель, задача и сверхзадача выступления оратора, ситуация и тема в речи оратора. Представьте, что вы предлагаете своим друзьям отправиться в воскресенье на загородную прогулку, и определите свой основной тезис, подберите аргументы, определите стратегию. Как изменятся тезис, аргументы и стратегия, если вы приглашаете на загородную прогулку не друзей, а своих родителей?*

Задание 2. *Расскажите, как подготовиться к выступлению, как подготовить материал, обоснуйте его актуальность для определенной аудитории, перечислите основные источники накопления материала для выступления, какой иллюстративный материал рекомендуете использовать. Составьте вопросы, с которыми хотите обратиться к одноклассникам для получения объективных данных по интересующей Вас теме.*

Задание 3. *Определите тему и задачу, сверхзадачу, тезис в следующих риторических текстах.*

1) Олимпийские игры – это самое представительное на сегодняшний день движение, охватывающее почти все страны и народы. Интерес к ним огромен: никакое другое событие не передается по всем информационным каналам земного шара так полно, как ход игр. Язык их – голы, очки, секунды – не нуждается в переводе, он понятен всем. Поэтому я считаю разумным предложение проводить Олимпиады не раз в четыре года, а раз в два года. В наше беспокойное время людям нужно чаще встречаться, а ведь Олимпиады – это всеобщий праздник – символ объединения людей. (В. Гаврилин)

2) Нас, учителей, очень тревожит, что некоторая часть выпускников школ плохо владеет языком. Иногда можно слышать или читать бледную, невнятную, искаленную речь. Когда я слышу такую жалкую, искаженную речь, мне кажется, что в хорошем концертном зале играют на расстроенной скрипке или пытаются вырезать из дерева фигуру красавицы ржавым топором. Язык – это своеобразное окно, через которое человек всматривается в мир, постигает жизнь. Но что он увидит и постигнет, если его окно закопчено, опутано паутиной? Любовь к Родине невозможна без любви к родному слову. Только тот может постигнуть своим сердцем и разумом красоту, величие и могущество нашей многонациональной Родины, кто дорожит родным словом. Человек, который не любит языка родной матери, которому ничего не говорит родное слово, это человек без рода и племени. (В. Сухомлинский)

Задание 4. *В зависимости от особенностей предполагаемой аудитории и задачи речи тезис на одну и ту же тему может быть сформулирован совершенно по-разному. Предложите и запишите 2–4 тезиса по каждой из предложенных проблем так, чтобы каждый из них*

был ориентирован на другую аудиторию (уточните, какую именно) и имел поэтому другую задачу.

1. Что нужно сделать, чтобы наш город стал крупным культурным центром? 2. Какова роль телевидения в нашей жизни? 3. Хорошо учиться необходимо для будущего. 4. Почему молодежь не ходит в театр?

Задание 5. Прочтите названия приведенных ниже тем выступления. Представьте, что вам необходимо подготовить речь (3 темы на выбор). Укажите:

- к какой аудитории будет обращено ваше выступление;
- определите общую цель (если их несколько, определите основную) и конкретную цель выступления;
- сформулируйте основную мысль будущей речи

1. Что важнее, карьера или личная жизнь?
2. Преобладание смертности над рождаемостью.
3. Брак по расчёту – лучше.
4. Ваше понимание респектабельности.
5. Виртуальный роман: за или против.
6. Нужно ли увеличить долю женщин в политике?
7. Идеалы страны в рекламе.
8. ЦЭ – катастрофа или панацея?
9. Проблема терроризма в современном мире.
10. Как изменить себя?
11. Практическая значимость изучения иностранных языков.
12. Надо ли стремиться к лидерству?
13. Давайте все смотреть интеллектуальное кино!
14. Вредное воздействие социальных сетей.
15. Негативное влияние прокрастинации на эффективность работы.
16. Здоровое питание – это воспитание!
17. Моё отношение к религии.
18. Я против косметики!
19. Нужны ли ораторские навыки инженеру?
20. Работа в Интернете.
21. Стоит ли запретить анонимность в Интернете?
22. Подсознательные причины застенчивости.
23. Что делать: жить с родителями или снимать квартиру?

[К содержанию](#)

[Тема 5](#)

[СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ ДИСПОЗИЦИИ](#)

Вопросы для обсуждения

1. Общие принципы структурирования речи.

2. Вступление как композиционная часть речи. Задачи вступления. Виды вступлений.
3. Основная часть речи и ее структурно-смысловые элементы.
4. Методы изложения материала в основной части.
5. Аргументация основных положений.
6. Заключение как композиционная часть высказывания. Задачи заключения. Виды заключений.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
2. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.
3. Практикум по истории риторики / Л. А. Мурина [и др.] – Минск : БГУ, 2003. – С.14–39. – 146 с.
4. Риторика : курс лекций/ Л. А. Мурина [и др.]; под ред. Л. А. Мурина. – Минск : БГУ, 2002. – 175 с.
5. Риторика : учебник / А. К. Михальская. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 480 с.
6. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / И. А. Стернин. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.
7. Хазагеров, Г. Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.

Задания

Задание 1. *Ответьте на вопросы. Обоснуйте свои ответы.*

- Можно ли свести общение между оратором и аудиторией к цепочкам логических рассуждений?
- В чём состоят особенности риторического построения речи и чем оно отличается от логического построения?
- Почему при строгом изложении фактов необходимо привести яркое описание или захватывающее повествование?
- Какова роль доказательства (опровержение аргументов оппонента и подтверждение собственного тезиса) и по каким правилам оно строится?

Задание 2. *По приведенной ниже схеме охарактеризуйте основные части публичной речи.*



Задание 3. Придумайте начало выступления к следующим концовкам:

1) Правильно говорят в народе: семь раз отмерь, один раз отрежь; людским речам вполтину верь; кто про кого за глаза говорит, тот того боится; у кого что болит, тот о том говорит;

2) Я думаю, что на примере этой истории мы все убедились еще раз в правильности русской поговорки: петь хорошо вместе, а говорить порознь; слово – серебро, молчание – золото; говорить, не думая, что стрелять, не целясь; не просящему не дают.

Задание 4. Закончите свое выступление обращением к слушателям. Что можно им пожелать или посоветовать, используя данные ниже факты?

1. То, что сегодня обсуждалось, пригодится слушателям в работе. 2. Сведения из сегодняшнего выступления помогут слушателям улучшить отношения с друзьями, начальством, в семье. 3. Скоро наступают праздничные дни. 4. Состоявшееся выступление может поднять настроение в сегодняшнее трудное время. 5. Рекомендации, содержащиеся в выступлении, можно использовать в повседневной жизни.

Задание 5. Закончите свое выступление благодарностью за внимание. Обязательно словесно расширьте выражение благодарности, используя приведенные ниже факты.

1. Аудитория внимательно слушала. 2. Аудитория вас доброжелательно приняла. 3. Аудитория задавала интересные вопросы. 4. Аудитория охотно участвовала в дискуссии. 5. Аудитория продемонстрировала чувство юмора. 6. Слушателей пришло мало, но все были очень заинтересованы. 7. Аудитория не всегда соглашалась с вами, но аргументировано возражала. 8. С аудиторией было приятно дискутировать.

Задание 6. К предложенным темам (одна, на выбор) выберите аргументы по правилам дедуктивного рассуждения. Схема дедуктивного рассуждения: Тезис – развитие тезиса (аргументы и иллюстрации к ним) – вывод. Подготовьте тезисы по одной из тем. Имейте в виду, что тезисы – только для вас, автора, а не для других. Полный текст писать не обязательно, следует выступить устно. Тему можно изменить в зависимости от ваших предпочтений и интересов.

Темы для выступления

1. Не судите человека по его друзьям; не забудьте, что у Иуды друзья были безукоризненны (Э. Хемингуэй).

2. Всякая профессия есть заговор против непосвященного (Б. Шоу).

3. Жизнь расходится с философией: счастья нет без праздности, доставляет удовольствие только то, что не нужно (А. П. Чехов).

4. Затянувшаяся дискуссия означает, что обе стороны не правы (Вольтер).

5. Мы считаем здравомыслящими лишь тех людей, которые во всем с нами согласны (Ф. Ларошфуко).

6. Лишь очень немногие живут сегодняшним днем. Большинство готовится жить позднее (Дж. Свифт).

7. Парадокс воспитания состоит в том, что хорошо поддаются воспитанию как раз те, кто в воспитании не нуждается (Ф. Искандер).

8. Поистине всегда там, где недостает разумных доводов, их заменяет крик (Леонардо да Винчи).

9. Цитаты лучше, чем аргументы: цитатами можно выиграть дискуссию, не убедив противника (Г. Лауб).

10. С тем, кто любит спорить, не надо вступать в пререкания (Сюнь-цзы).

11. Стремление быть всегда правым – признак вульгарного ума (А. Камю).

12. В диспутах спокойное состояние духа, соединенное с благожелательностью, является признаком наличия известной силы, вследствие которой рассудок уверен в своей победе (И. Кант).

13. Если люди долго спорят, то это доказывает, что то, о чем они спорят, неясно для них самих (Вольтер).

14. В споре часто побеждают дерзость и красноречие, а не истина (Менандр).

15. Противник, вскрывающий ваши ошибки, полезнее для вас, чем друг, желающий их скрыть (Леонардо да Винчи).

[К содержанию](#)

[Тема 6](#)

[СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ ЭЛОКУЦИИ](#)

Вопросы для обсуждения

1. Приемы оживления ораторской речи.
2. Тропы и фигуры как средства формирования смысла.
3. Классическая трактовка и современные интерпретации терминов “троп” и “фигура”.
4. Тропы как способы создания переносного значения слова.
5. Фигуры как приёмы актуализации смыслов с опорой на особенности строения слова, фразы или сверхфразовых единств.
6. Типология фигур.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Анненкова, И. В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теретический и практический аспекты: учеб. пособ. – 2-е изд, испр. и перер. / И. В. Анненкова. – М. : МедиаМир, 2013. – 120 с.
2. Аннушкин, В. И. Риторика: экспресс-курс : учеб. пособие / В. И. Аннушкин. – 3-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.

3. Аннушкин, В. И. Риторика: вводный курс для студентов гуманитарных факультетов. – Москва, 2006. – С. 145–183.
4. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
5. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.
6. Риторика : учебник / А. К. Михальская. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 480 с.
7. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / И. А. Стернин. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.
8. Хазагеров, Г. Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.

Задания

Задание 1. Ответьте на вопросы.

1. Какие преимущества и какие сложности связаны с применением тропов? 2. Какие средства речевой выразительности создают наибольший эмоциональный запал у слушателей? В каких частях выступления их лучше использовать, а в каких избегать? Почему? 3. Как следует изменить набор словесных украшений, если аудитория: а) сочувствует оратору; б) настроена недружелюбно; в) не может понять, о чем идет речь; г) слишком возбуждена; д) начинает засыпать или расходиться?

Задание 2. *Объясните высказывание Аристотеля: «Метафора – это отличительный признак гения, ибо способность образовать хорошую метафору есть способность распознавать сходство». Найдите афоризмы, которые можно использовать при подготовке выступления и выпишите пять изречений, построенных на основе метафоры.*

Задание 3. *Проанализируйте рекламную ситуацию. Насколько удачно использованы образные средства (метафора, многозначность, омонимия, повтор, антитеза, рифма и др.). Имеет ли смысл использовать латинскую транскрипцию нейма «Neecola»?*

В 2006 году компания «Дека» провела кампанию по продвижению кваса «Никола». Целевая аудитория – люди старше 25 лет, доходы – средние и выше средних. Средства распространения – телеролик на 20 секунд и билборды. Два основных слогана: 1) «Квас не “Кола” – пей “Николу” (вариант: «Квас “Никола” – пей не “Колу”»); 2) «Всякой химии бойкот! Пей “Николу” круглый год!».

Олицетворением бренда стал немного простоватый мужчина по имени Никола – энергичный, добрый, смекалистый, с типично русской внешностью и в соответствующей одежде. Основные итоги: продажи увеличились на 79%, слоган запомнили от 53 до 89% целевой аудитории (по данным опросов в разных регионах). В 2023 году квас «Никола» занимает 15% российского рынка кваса.

Задание 4. Укажите, какие тропы и фигуры употребляются в следующих рекламных текстах.

1. «Я в каркадэ души не чая,
Меню в столовой изменю:
Я выпью сто стаканов чая
И чай исчезнет из меню». (М. Векслер)
2. «Присоединяйтесь!» (Компьютеры, оргтехника, периферия).
3. «Есть идея фикс... Обновить мир. Всё, что для этого нужно, – несколько рулонов самоклеящейся плёнки «d-c-fix».
4. «У Вас поехала крыша?... Наша фирма поможет Вам: ремонт мягкой и жёсткой кровли».
5. «Печенье не черствеет!
Питательнее, выгоднее булки!
Продаёт Моссельпром,
отделения в любом переулке». (В.В. Маяковский)
6. «Увидеть больше, чем другие» (реклама биноклей).
7. «Обувь для Вашей машины» (автопокрышки).
8. «Защити свою любимую!» (всё для комфорта и безопасности Вашего авто).
9. «...И сказка станет былью...» (ремонт квартир по новым технологиям).

Задание 5. Подберите фрагмент журналистского текста, включающий три-четыре абзаца. Составьте развернутый план ответа по заданной теме. Ответ оформите в любой удобной для вас форме (презентация, таблица ...).

1. Общая характеристика текста: вид красноречия, функциональный стиль, тема, цель, адресат, жанр.
2. Характеристика средств выразительности:
 - а) функционально-стилевые пласты лексики, использованные в тексте; их соотношение; цель их применения;
 - б) средства с эмоционально-оценочным содержанием; какую тональность и оценочность они создают в тексте; как через них раскрывается позиция автора;
 - в) оцените богатство речи: использованы ли семантические пары (группы) слов – синонимы, антонимы, омонимы, паронимы; какой эффект создается за счет этих средств;
 - г) охарактеризуйте тропы по следующему плану: наименование тропа, структура, функция (предназначение) в тексте;
 - д) охарактеризуйте фигуры речи по аналогичному плану: наименование, структура, функция (предназначение) в тексте;
 - е) участвуют ли в создании выразительности текста нейтральные слова? Если да, что в чем это выражается?
3. Обобщенная характеристика средств выразительности текста:

а) с чем связана основная линия средств выразительности данного текста?;

б) оцените участие средств выразительности в формировании точки зрения и образа автора;

в) отметьте недочеты (если таковые есть) в использовании средств выразительности и предложите пути их устранения.

Задание 6. Составьте микротекст на выбранную вами тему, используя в них тропы и фигуры: метафору, метонимию, сравнение, иронию, антитезу, градацию, параллелизм, оксюморон, зевгму. Проанализируйте выступления ваших однокурсников. С какой целью фигуры используются в их речи? насколько удачно?

К содержанию

Тема 7

ОЦЕНОЧНАЯ ШКАЛА РЕЧИ. ПРАКТИКА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Внешний вид, манеры оратора, первое впечатление.
2. Аудитория, ее свойства и особенности.
3. Оратор и аудитория. Проблема установления контакта с аудиторией.
4. Особенности выступления оратора перед разными видами аудитории.
5. Понятия «ораторская лихорадка», «ораторское волнение» и «ораторское безразличие».
6. Понятие психологической подготовки оратора перед выступлением.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Голованова, И. И. Методика публичного выступления: учебное пособие / И. И. Голованова. – Казань : Центр инновационных технологий, 2009. – С. 18–22.
2. Аннушкин, В. И. Риторика: экспресс-курс : учеб. пособие / В. И. Аннушкин. – 3-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.
3. Ильина, О. В. Риторика: краткий курс для журналистов / О. В. Ильина. – Екатеринбург : Изд-во Урал, ун-та, 2012. – Глава 2.
4. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
5. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.
6. Риторика : учебник / А. К. Михальская. – М. : ИНФРА-М, 019. – 480 с.

7. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / И. А. Стернин. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.

8. Решетникова, Е. В. Деловая риторика. Учебное пособие / Е. В. Решетникова ; Сиб. гос. ун-т телекоммуникаций и информатики. – Новосибирск, 2013. – 101 с.

Задания

Задание 1. *Дайте определение понятиям «ораторский шок», «ораторская лихорадка». Назовите причины возникновения страха перед аудиторией. Что такое «контакт с аудиторией»? Как определить, есть контакт с аудиторией или нет? Расскажите об основных факторах, влияющих на установление контакта между оратором и слушателями.*

Задание 2. *Назовите приемы привлечения внимания аудитории. Приведите примеры, используемые ведущими в СМИ. Назовите приемы поддержания внимания аудитории. Приведите примеры из СМИ.*

Задание 3. *Раскройте диалектику взаимоотношений оратора и аудитории, используя высказывания Цицерона:*

«Можно сказать, тяжкое бремя и обязательство налагает на себя тот, кто торжественно берется один среди многолюдного собрания при общем молчании рассуждать о делах первой важности! Ведь огромное большинство присутствующих внимательнее и зорче подмечает в говорящем недостатки, чем достоинства. Поэтому малейшая его погрешность затмевает все, что было в его речи хорошего... Сколько раз мы выступаем, столько раз над нами совершается суд... Тот оратор, которого одобряет толпа, неизбежно будет одобрен знатоками».

Задание 4. *Приведите приемы, как молодому оратору побороть неуверенность перед выступлением. Как с помощью соответствующих жестов и позы можно попытаться снять напряженное состояние? Перечислите жесты, свидетельствующие об уверенном и неуверенном поведении.*

Задание 5. *Для любой аудитории важна индивидуальность, непохожесть оратора. Прокомментируйте высказывания известных людей с точки зрения культивирования собственной индивидуальности:*

- Я поэт, и этим интересен (В. Маяковский);
- От своего отказываться нельзя. По реву медведя должно быть слышно, из какой он берлоги (В. Гете)
- Самое драгоценное для оратора – его индивидуальность, лелейте ее и берегите (Д. Карнеги)

Задание 6. *Найдите в интернете выступление Стива Джобса перед выпускниками Стэнфордского университета 2005 года. Изучите его речь с точки зрения управления эмоциями аудитории.*

Задание 7. *Прокомментируйте высказывание Фридриха Наумана с точки зрения практического применения этого в журналистике: «Речь является диалогом, при котором один говорит, а другие, слушая,*

участвуют в разговоре». Приведите примеры телепередач, в которых эта мысль находит свое воплощение.

Задание 8. Кто из известных тележурналистов, на ваш взгляд, лучше владеет словом? Какие качества отличают его речь: логичность, эмоциональность, знание фактов, правильность, точность, уместность, образность, индивидуальность? Насколько дополняют друг друга речь журналиста и его внешний облик? Кто из современных политических деятелей, по вашему мнению, лучше других владеет словом? Мотивируйте свой ответ. Какие качества речи наиболее значимы для тележурналиста. А какие – для политического деятеля?

К содержанию

Тема 8

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ РИТОРИКИ. ОСНОВНЫЕ ЖАНРОВЫЕ ГРУППЫ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Информационная речь. Содержательные и структурно-типологические особенности информационной речи.
2. Ведущие принципы создания информационной речи.
3. Важнейшие жанры информационной речи.
4. Убеждающая речь. Содержательные и структурно-типологические особенности убеждающей речи.
5. Ведущие принципы создания убеждающей речи.
6. Важнейшие жанры убеждающей речи.

Список литературы для подготовки к занятию

1. Голованова, И. И. Методика публичного выступления: Учебное пособие / И. И. Голованова. – Казань : Центр инновационных технологий, 2009. – С. 18–22.
2. Аннушкин, В. И. Риторика: экспресс-курс : учеб. пособие / В. И. Аннушкин. – 3-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.
3. Ильина, О. В. Риторика: краткий курс для журналистов / О. В. Ильина. – Екатеринбург : Изд-во Урал, ун-та, 2012. – Глава 2.
4. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
5. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Минск : Выш. шк., 2001. – 384 с.
6. Практикум по истории риторики / Л. А. Мурина [и др.] – Минск : БГУ, 2003. – С.14–39.

7. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / И. А. Стернин. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.

8. Решетникова, Е. В. Деловая риторика. Учебное пособие / Е. В. Решетникова ; Сиб. гос. ун-т телекоммуникаций и информатики. – Новосибирск, 2013. – 101 с.

Задания

Задание 1. Руководствуясь изученными правилами построения информационных выступлений, подготовьте краткие информационные выступления для местного радио (на выбор):

- Сегодня на концертных площадках нашего города;
- Приглашаем на экскурсию;
- Открылась выставка;
- Происшествие;
- Состоялся субботник;
- Завершился университетский смотр самодеятельности.
- Наша футбольная команда играла на выезде.

Помните - сообщение должно быть кратким, содержать несколько фактов, фамилии, даты, спортивные результаты, оно должно быть интересным для всех.

Задание 2. Выберите одного из ваших друзей. Представьте себе, что вам необходимо охарактеризовать его (ее) в следующих ситуациях:

- вы выступаете на студенческом профсоюзном собрании и предлагаете этого человека в качестве председателя профкома;
- вы выступаете на свадьбе этого человека и представляете его(ее) гостям со стороны невесты (жениха) в качестве друга (подруги).

Задание 3. Составьте и произнесите речь «Я». Можно назвать её с юмором – «Почему я лучше всех», можно по-деловому – «За что меня нужно уважать» или совсем серьёзно – «Самопрезентация». Суть одна: тема её – вы сами. Регламент: 1 минута. Расскажите о своей семье, своём характере, достоинствах и недостатках, о своих победах и поражениях, об увлечениях, о целях, то есть сообщите не только свои анкетные данные, но и искренне и полно представьте свой внутренний мир.

Выполните риторический анализ своего выступления, используя уточняющие вопросы к нему (таблица 1).

Таблица 1

Актуальность	Как автор подчеркивает важность темы высказывания для себя лично и для слушателя? Насколько актуальной и интересной была информация?
Конкретность	Достаточно ли информативно выступление, были ли конкретные факты и примеры?

	Чувствуется ли в высказывании стремление автора к подробностям, к пояснениям, чтобы основная мысль высказывания предстала перед слушателями наиболее полно?
Новизна	Есть ли в высказывании нестандартные, оригинальные мысли, выражения, слова, вызывающие интерес к дальнейшему слушанию?
Вступление	Был ли установлен контакт с аудиторией? Использовался ли прием привлечения внимания? Не слишком ли длинно? Тема и цель: обозначены, уместны, актуальны?
Основная часть	Было ли выступление логичным, последовательным, был ли четкий переход от одного пункта к другому? Весь ли материал относится к делу? Достаточно ли примеров?
Заключение	Что было в заключении: суммирование содержания, пожелания, призывы, цитаты, риторический вопрос, слова благодарности аудитории?
Культура речи	Была ли речь правильной? Ясной и точной? Богатой? Использовались ли изобразительно-выразительные средства?
Эмоциональность речи	Было ли выступление эмоциональным? Присутствовали ли приемы диалогизации речи? Проявляются ли в высказывании открытость автора, демонстрация его чувств и эмоций?
Пожелания автору	Что нужно доработать в выступлении?

Задание 4. Проанализируйте примеры убеждающих речей, подготовленных студентами. При оценке выступления убеждающей речи можно использовать таблицу 1. Прочитайте аргументы по теме «Возможна ли дружба между мужчиной и женщиной?» 1) Все ли структурные части аргумента здесь можно найти? 2) Оцените эффективность аргументации (логической, психологической) в них по пятибалльной шкале.

I Дружбы между мужчиной и женщиной быть не может. Почему? Потому что мужчина будет общаться с женщиной только в двух случаях: ему от неё что-то нужно либо она его как-то привлекает. Но в любом случае это не дружба, потому что дружба – это такое чувство, такие взаимоотношения, они бескорыстны, а вот эти два пункта уже будут подразумевать корысть. Я сказал, 99% мужчин так считает... Есть 1%!

В своей жизни я встречал всего трех людей, трех мужчин, которые считают то, что дружба между мужчиной и женщиной реальна. И, с одной стороны, их понять можно: чем больше вокруг тебя девушек, тем заинтересованней на тебя смотрят другие девушки. Это правда. Но только с одной поправкой. Если все эти девушки, с которыми ты общаешься, видят в тебе мужчину, а не субъект, который по первой просьбе придет, чтобы собрать комод из Икеи или скрасить вечер пятницы, когда свидание с другим внезапно отменилось.

II Дружбы между мужчиной и женщиной быть не может! Вот пример. Кто не знает Толкина? Это человек, который написал «Властелина колец». Толкин рассуждал о дружбе между мужчиной и женщиной, и он считал то, что дружбы между мужчиной и женщиной быть не может, вероятно, она бывает только между святыми.

Что касается моего личного опыта. Каюсь! Да! Когда-то я сам дружил с девушкой, было дело. Я испытывал к ней чувства, признаюсь, довольно сильные. А она была ко мне безразлична. Я всегда помогал ей, по первому зову приезжал чем-то помочь. Просто потому, что ей нужна была помощь и она – это она. Просто чтобы она снова еще раз улыбнулась. Со временем она всё это поняла и начала этим пользоваться. И даже когда-то однажды она призналась мне в любви. Естественно, после такого я не мог сидеть сложа руки и предложил быть вместе. И знаете, что я услышал? «Давай останемся друзьями». Гениально! После этого я и решил уйти. Да, было тяжело, но я ушел. Но самое страшное даже не в этом, самое страшное в том, что она не захотела меня отпускать, называла эгоистом. «Ты оставил меня, ты бросил меня, как я должна была поступить?» К чему я это все веду. Обращаюсь ко всем парням: не дружите с девушками! Она вам нравится? Не надо дружить! Потом будет только хуже! И хочу обратиться также к девушкам. Девушки, не надо давать нам ложных надежд и не надо нас пытаться удержать, если мы решили уйти после такой дружбы. Я считаю, у меня есть друзья-мужчины. Я всегда могу к ним обратиться, с ними поговорить. А девушек надо любить!

Задание 5. *Подготовьте убеждающее выступление «Телевизор смотреть полезно». Подберите к этому тезису не менее четырех аргументов, расположите их в определенном порядке, сделайте вывод.*

Можете использовать слова и выражения: *дальние страны, информация, отдых, кинофильмы, не выходя из дома, учеба, концерты, новые места, полезные советы, вся семья вместе, новости, викторина, спектакли лучших театров и др.*

А теперь аналогичным образом аргументируйте тезис «Телевизор смотреть вредно».

Задание 6. *Игра «Купите товар у меня»: рекламируйте свой карандаш, шарфик, куртку, сумку и т.д. Подберите аргументы к тезисам (на выбор студента):*

➤ Купите мой телефон, потому что... Аргумент 1, Аргумент 2...

- Купите мой карандаш, потому что...
- Купите мой шарфик, потому что...
- Купите эту модель ноутбука, потому что...
- Купите мою машину, потому что...

Правила подготовки устного рекламного выступления

1. Назовите *предмет, товар, услугу*, которые вы рекламируете.
2. Если есть возможность, *покажите предмет* или его рисунок, фотографию. Расскажите о его *назначении, устройстве*, для чего он.
3. Назовите его *преимущества* (для тех, к кому вы обращаетесь). Назвать преимущества – это сказать, чем он лучше других, чем он лучше ранее выпускавшихся, что в нем улучшено по сравнению с другими или предыдущими моделями.
4. Назовите *выгоды* от его приобретения.

Примечание: этот пункт правил используется только при рекламе того, что можно *купить*.

5. Используйте слова с положительной оценкой. Например: *очень красивый, хорошая отделка, очень надежный, замечательная расцветка, необычно яркий цвет, замечательный кармашек, необыкновенно прочный* и т.д.

6. Говорите эмоционально, дружелюбным тоном, как бы обращаясь с советом к лучшему другу, которому вы хотите помочь. Расскажите, кто хорошо отзывается об этом товаре, кто уже успешно пользуется им. Закончите советом, призывом, рекомендацией.

[К содержанию](#)

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Вопросы к экзамену

1. Предмет риторики. Классические определения риторики.
2. Современное понимание риторики.
3. Классический риторический канон. Понятие риторического идеала.
4. Общая и частная риторики. Разделы общей риторики.
5. Законы современной общей риторики.
6. Античная риторика (древнегреческая и древнеримская риторики).
7. Риторика Средневековья и эпохи Возрождения.
8. Риторика нового времени.
9. Риторика в России.
10. Активна і пасивна лексика.
11. Ораторика. Современные классификации ораторского искусства и ораторских речей.
12. Образ ратора. Внешние и внутренние составляющие словесного взаимодействия оратора и аудитории.
13. Сильная коммуникативная позиция оратора: жест, мимика, внешний вид, интонация, голос, поза, движение и др.
14. Общие требования к информационной речи и критерии её оценки.
15. Общие требования к убеждающей речи и критерии её оценки.
16. Общие требования к эпидейктической речи и критерии её оценки.
17. Ораторские нравы.
18. Изобретение. Общие места и топосы как способы развития содержания речи.
19. Традиционные части композиции речи.
20. Вступление: задачи и виды.
21. Заключение: задачи и виды.
22. Описание как тип речи. Применение описания в ораторском выступлении.
23. Повествование как тип речи. Применение повествования в ораторском выступлении.
24. Хрия как образец построения речи-рассуждения.
25. Коммуникативные качества «хорошей» речи.
26. Стилиевые особенности публицистической монологической речи.
27. Тропы в ораторской речи.
28. Фигуры речи в ораторском выступлении.
29. Типы и виды аргументов.
30. Произношение: категории и риторические советы говорящему.

[К содержанию](#)

КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ

1. Риторика возникла примерно:

- 1) в V в. до н. э.;
- 2) I в. до н. э.;
- 3) I в. н. э.;
- 4) III в. н. э.

2. Риторика возникла в Древней Греции как искусство:

- 1) хорошо говорить
- 2) убеждать
- 3) логически рассуждать
- 4) украшать речь
- 5) побеждать в споре

3. Риторика в Средние века понималась как искусство:

- 1) хорошо говорить
- 2) убеждать
- 3) логически рассуждать
- 4) украшать речь
- 5) побеждать в споре

4. Софизм – это:

- 1) умышленно ошибочное умозаключение
- 2) повторение сходных по звучанию и написанию слов
- 3) непреднамеренная логическая ошибка
- 4) устойчивое сочетание слов
- 5) искусство находить способы убеждения

5. Правильным определением термина «риторика» является:

- 1) учение о нормах литературного языка в его устной и письменной разновидностях;
- 2) наука о мысли и речи;
- 3) искусство речи;
- 4) теория и практика совершенной речи;
- 5) учение о речевом воспитании личности.

6. Общая риторика содержит следующие разделы:

- 1) образ говорящего;
- 2) речеповедение;
- 3) композиция (расположение);
- 4) стиль речи (слововыражение);
- 5) мимика;
- 6) изобретение.

7. Современная риторика рассматривается в составе следующих наук:

- 1) грамматика;
- 2) функциональная стилистика;
- 3) культура речи;
- 4) социология.

8. Компоненты рационального содержания речи это:

- 1) логос, компромисс, пафос;
- 2) логос, этос, пафос;
- 3) этос, пафос, казус;
- 4) пафос, силлогизм, этос.

9. Выпишите номер неправильного утверждения:

- 1) ораторика – раздел риторики
- 2) риторика и ораторика – тождественные понятия.
- 3) риторика рассматривает отношения людей через речь
- 4) риторика не может быть сведена только к устной публичной речи
- 5) аристотелевская риторика – наука о способах доказательств

10. По сферам употребления выделяют несколько жанров академического красноречия. Определите, что не относится к академическому красноречию:

- 1) лекция вузовская, школьная
- 2) научный доклад
- 3) агитаторское выступление
- 4) научно-популярная лекция
- 5) ответ студента на экзамене

11. Главная задача информационной речи:

- 1) сообщить сведения, информацию аудитории
- 2) убедить аудиторию согласиться с говорящим в спорном вопросе
- 3) призвать к необходимости определенных действий
- 4) воодушевить и сплотить аудиторию
- 5) призвать к чувствам слушателей

12. Главная задача развлекательной речи:

- 1) сообщить сведения, информацию аудитории
- 2) доставить удовольствие слушателям, снять стресс
- 3) призвать к необходимости определенных действий
- 4) воодушевить и сплотить аудиторию
- 5) призвать к чувствам слушателей

13. Основная задача агитационной речи:

- 1) сообщить сведения, информацию аудитории

- 2) убедить аудиторию согласиться с говорящим в спорном вопросе
- 3) призвать к необходимости определенных действий
- 4) воодушевить и сплотить аудиторию
- 5) призвать к чувствам слушателей

14. Основная задача эпидейктической речи:

- 1) сообщить сведения, информацию аудитории
- 2) убедить аудиторию согласиться с говорящим в спорном вопросе
- 3) призвать к необходимости определенных действий
- 4) воодушевить и сплотить аудиторию
- 5) вызвать чувство драматизма у слушателей

15. Определите, к какому виду ораторских речей относится следующий текст: «Дорогие метростроевцы! Честь вам и слава за прекрасный подарок, сделанный москвичам к Новому году! Все мы знаем, с каким упорством и мужеством, с какой изобретательностью вы трудились на этой трассе! И вы сделали чудо! Вы стали победителями самых неожиданных препятствий. И станция «Медведково» не просто очередная станция Московского метрополитена, а памятник мужеству каждого строителя этого сооружения» (М. Дудин):

- 1) эпидейктическая речь;
- 2) информационная речь;
- 3) развлекательная речь;
- 4) убеждающая речь.

16. Какой функциональный стиль речи охарактеризован в следующем перечне основных черт: сжатость, компактность изложения, экономное использование языковых средств, стандартное расположение материала, бесстрастность, наличие клише?

- 1) научный
- 2) публицистический
- 3) официально-деловой
- 4) разговорный
- 5) художественный

17. Речевая цель – это:

- 1) передача идей при помощи слов;
- 2) результат, который мы хотим получить от нашей речи;
- 3) то, что слушатель желает узнать от оратора;
- 4) содержание речи.

18. Слово «этикет» в переводе с французского обозначает:

- 1) вежливость;
- 2) приличие;

- 3) ярлык;
- 4) воспитанность;
- 5) любезность.

19. Ударение падает на третий слог во всех словах в ряду:

- 1) бланшировать, предложить, щавель;
- 2) баловаться, диспансер, изложить;
- 3) арахис, асимметрия, газопровод;
- 4) нефтепровод, обеспечение, наркомания.

20. Основная задача агитационной речи:

- 1) призвать к чувствам слушателей;
- 2) убедить аудиторию согласиться с говорящим в спорном вопросе;
- 3) призвать к необходимости определенных действий;
- 4) воодушевить и сплотить аудиторию.

21. Компоненты рационального содержания речи это:

- 1) логос, компромисс, пафос;
- 2) этос, пафос, казус;
- 3) логос, этос, пафос;
- 4) пафос, силлогизм, этос.

22. Неуместно употребляется лексика официально-делового стиля в предложении:

- 1) ряд предложений проекта не подкреплён расчётами;
- 2) мы рассмотрели вопрос согласно полученному заявлению;
- 3) в обсуждении принял участие заведующий кафедрой социологии;
- 4) в моем районе отвратительные климатические условия.

23. Повествованию как типу речи свойственны характеристики:

- 1) временная соотнесенность сказуемых, включающая как их временную разнотипность, так и однотипность;
- 2) конкретизация пространственных отношений может осуществляться за счёт введения детерминантов и обстоятельств места;
- 3) хронология подчеркивается обстоятельствами времени (первоначально, затем, однажды);
- 4) роль глагола сводится к построению грамматической структуры предложения, его семантика ослаблена;
- 5) может содержать обращение, похвалу аудитории или теме, похвалу автору афоризма, взятого в качестве темы.

[К содержанию](#)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анненкова, И. В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теретический и практический аспекты: учеб. пособ. – 2-е изд, испр. и перер. / И. В. Анненкова. – М. : МедиаМир, 2013. – 120 с.
2. Анненкова, И. В. Этос, логос и пафос современного медиадискурса / И. В. Анненкова // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» (13–15 мая 2010 г.). / Под общ. ред. В. В. Тулупова. – Ч. II. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С. 41–42.
3. Аннушкин, В. И. Риторика: вводный курс для студентов гуманитарных факультетов. – Москва, 006. – С. 145–183.
4. Аннушкин, В. И. Риторика: экспресс-курс : учеб. пособие / В. И. Аннушкин. – 3-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.
5. Голованова, И. И. Методика публичного выступления: учебное пособие / И. И. Голованова. – Казань : Центр инновационных технологий, 2009. – С. 18–22.
6. Зелянко, С. В. Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні; навук. рэд. В. І. Іўчанкаў / С. В. Зелянко. – Мінск : БДУ, 2012. – 195 с.
7. Ильина, О. В. Риторика: краткий курс для журналистов / О. В. Ильина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012. – Глава 2.
8. Іўчанкаў, В. І. Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз СМІ : Курс лекцый / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009. – 280 с.
9. Кириллова, Н. Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2005. – 445 с.
10. Ключев, Е. В. Риторика. Инвенция. Диспозиция. Элокуция : учебное пособие для вузов / Е. В. Ключев – М. : ПРИОР, 1999.
11. Кузнецов, И. Н. Риторика : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 560 с.
12. Леванцэвіч, Л. В. Рыторыка : курс лекцый / Л. В. Леванцэвіч ; Брэсц. дзярж. ун-т імя А.С. Пушкіна. – Брэст : БрДУ, 2020. – 153 с.
13. Матвеева, Т. В. Риторический практикум журналиста / Т. В. Матвеева. – М. : Флинта, 2007. – 312 с.
14. Пашкевіч, М. І. Рыторыка: практыкум для філал. спецыяльнасцей ун-та / М. І. Пашкевіч ; Брэсц. дзярж. ун-т імя А.С. Пушкіна. – Брэст : Выд-ва БрДУ, 2006. – 90 с.
15. Писарук, Г. В. Риторика: от теории к практике : учебно-методическое пособие [для вузов] / Г. В. Писарук. – Брест : БрГУ им. А. С. Пушкина, 2012. – 106 с.
16. Порубов, Н. И. Риторика: учеб. пособие / Н. И. Порубов. – Мінск : Выш. шк., 2001. – 384 с.

17. Практикум по истории риторики / Л. А. Мурина [и др.] – Минск : БГУ, 2003. – 146 с.
18. Риторика : курс лекций/ Л.А. Мурина [и др.]; под ред. Л. А. Мурина. – Минск : БГУ, 2002. – 175 с.
19. Риторика : учебник / А. К. Михальская. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 480 с.
20. Самусевіч, В. М. Беларускія СМІ ў лагасферы нацыянальнай культуры : [манаграфія] / В. М. Самусевіч ; рэц.: В. І. Іўчанкаў, А. М. Елавік ; рэд. М. П. Карповіч. – Мінск : БДУ, 2012. – 164 с.
21. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / И. А. Стернин. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 272 с.
22. Хазагеров, Г. Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 379 с.

[К содержанию](#)

МЕДИАРИТОРИКА

Электронный учебно-методический комплекс

Составители: Пивоварчик Ирина Войтеховна,

Якубук Наталья Романовна

Редактор: Кисель Татьяна Александровна

[К содержанию](#)