

ОТ АВТОРОВ

Предлагаемое учебно-методическое пособие адресовано студентам факультета журналистики и основано на программе дисциплины «Риторика». Эта дисциплина развивает общие коммуникативные возможности студентов, поэтому она важна для освоения других дисциплин, требующих осознанного построения устных и письменных текстов, а также для практической деятельности журналиста. В качестве основы курса «Риторика» используются курсы «Современный русский литературный язык», «Практическая стилистика», «Логика».

Данное учебное издание поможет студентам самостоятельно усвоить все теоретические сведения, необходимые для успешной подготовки к основным контрольным точкам курса — риторическому анализу журналистского текста и участию в учебной игре «Дебаты». Этим обусловлена и структура пособия: оно состоит из вводных замечаний и двух глав.

Вводные замечания знакомят студентов с основными понятиями риторики.

Первая глава посвящена работе над текстом (устным или письменным) — приемам обдумывания его содержания, композиционного и словесного оформления. Представленный в ней теоретический материал, снабженный наглядными примерами, поможет овладеть не только методикой создания эффективного журналистского текста, но и методикой риторического анализа чужого произведения с точки зрения формы и содержания.

Задача второй главы — обучить студентов основам устных публичных выступлений и подготовить их к участию в учебной игре «Дебаты», которая позволяет продемонстрировать все полученные риторические знания и навыки. В ходе игры каждый

ее участник готовит и преподносит выступление, нацеленное на убеждение аудитории и соответствующее требованиям, предъявляемым к устной публичной речи, а также участвует в вопросно-ответных блоках, способствующих выявлению слабых мест в позиции оппонентов и усилению собственной позиции.

Авторы учебно-методического пособия — доценты О. В. Ильина (вводные замечания, § 1, 2, 4 первой главы), Е. В. Каблуков (§ 1, 2 второй главы), ассистент О. Ф. Автохутдинова (§ 3 первой главы, § 3 второй главы) — выражают признательность своим студентам, работа с которыми и привела к созданию пособия, а также Л. В. Ениной и А. С. Нелюбиной за конструктивную критику и полезные советы.

ВВОДНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Риторика изучает весь речемыслительный процесс порождения текста — от обдумывания его содержания до окончательного речевого воплощения и воспроизведения. Таким образом, **риторика** — это наука о создании и преподнесении эффективного текста. То есть риторика учит создавать и произносить тексты, которые отвечают обстоятельствам общения и позволяют достигать поставленной цели, добиваться успеха в коммуникации.

Риторика включает в себя пять разделов, в каждом из которых рассматривается определенный этап подготовки и реализации речи. Данные разделы составляют **античный риторический канон** — модель порождения ораторского выступления:

- 1) изобретение (*лат. inventio*) — рождение замысла, идей;
- 2) расположение (*лат. dispositio*) — композиционное построение речи;
- 3) словесное выражение (*лат. elocutio*);
- 4) запоминание (*лат. memoria*);
- 5) преподнесение (*лат. actio*) — произнесение речи вместе с соответствующими телодвижениями, жестикуляцией, мимикой.

Изобретение, расположение и словесное выражение — это этапы создания как устного, так и письменного текста. Запоминание и преподнесение — заключительные этапы работы над устным выступлением.

Общая риторика посвящена общим правилам создания и преподнесения текста. Можно также выделить частные риторики, предмет которых — закономерности построения текста в зависимости от сферы красноречия (политическая риторика, риторика в сфере науки и образования, церковное красноречие,

публицистическое красноречие, юридическая риторика, бытовое красноречие и др.).

Каждый текст должен соответствовать требованиям этоса, логоса и пафоса — это так называемые **основания риторики**, выделенные еще в Античности.

Этос — этическая составляющая речи, ее нравственное начало; апелляция к моральным принципам, которые разделяет аудитория. Требования этоса также включают необходимость действовать корректно по отношению к адресату речи и в соответствии со всеми условиями коммуникативного сотрудничества.

Логос — интеллектуальная составляющая речи, ее рациональное начало; апелляция к разуму адресата. Логос охватывает средства убеждения, связанные с логикой, с рациональностью в целом.

Пафос — эмоционально-волевая составляющая речи, апелляция к чувствам аудитории. Это возбуждение эмоций, на основании которых и происходит убеждение.

Образ оратора — естественно складывающееся в сознании адресата представление о говорящем (пишущем): его внешности, характере, нравственных позициях, образовании, эрудиции и пр. На оценку образа оратора влияет отношение его индивидуально-го стиля к представлению общества о риторическом идеале.

Риторический идеал — это система наиболее общих требований к речи, которая отражает систему ценностей конкретной культуры и конкретной эпохи. В основе риторического идеала лежат требования этоса, логоса и пафоса.

Глава 1

РАБОТА НАД ТЕКСТОМ: ОТ ИДЕИ ДО СЛОВЕСНОГО ОФОРМЛЕНИЯ

§ 1. СОДЕРЖАНИЕ ТЕКСТА

В данном параграфе раскрываются термины, которые вам понадобятся для риторического анализа содержания журналистского текста, а также для первого этапа подготовки собственного публичного выступления. На этом этапе происходит **изобретение идей**, то есть рождение замысла, обдумывание содержания текста.

В первую очередь необходимо определить тему, тезис и цель текста.

Тема — это предмет речи, содержательное ядро текста, лежащее в основе авторского замысла.

Тема в тексте обозначается прямыми наименованиями либо их текстовыми заместителями: местоимениями, синонимами, описательными оборотами. Правила выбора темы текста таковы:

- говори о том, что знаешь;
- по возможности говори о том, что тебе интересно;
- говори о том, что интересно аудитории.

Тезис — суждение о теме, на истинности которого настаивает автор, главная мысль текста¹. Как пишет известный российский логик С. И. Поварнин, «тезис в доказательстве — как король в шахматной игре. Хороший шахматный игрок всегда должен иметь в виду короля, какой бы ход он ни задумывал»². Вот почему первая задача при создании текста — обдумать тезис.

¹ См.: *Матвеева Т. В.* Риторический практикум журналиста : учеб. пособие. М., 2007. С. 20.

² *Поварнин С. И.* Спор. О теории и практике спора. М., 2009. С. 4.

По синтаксической структуре тезис представляет собой простое двусоставное предложение, в котором на позицию логического подлежащего встает тема, а на позицию логического сказуемого — суждение о теме. Например: *Смертная казнь в США должна быть отменена*. При этом не стоит для дебатов выбирать тезисы типа *Мы за равноправие полов* или *Мы против смертной казни* в связи с их дефектной, неточной формулировкой.

Требования к тезису

1. Понятийная точность. Соблюдая это требование, мы должны ответить на вопрос: все ли слова и выражения тезиса понятны и определены? Например, если мы доказываем тезис *Гражданский брак разрушителен для семьи*, мы должны определить наше основное понятие: гражданский брак — это официально зарегистрированные отношения граждан или совместная жизнь без официальной регистрации? Определить понятие можно либо самостоятельно, либо воспользовавшись авторитетными источниками — словарями, справочниками, специальной литературой. Важно хорошо разбираться в основных понятиях.

2. Количественная точность. Согласно этому требованию автору необходимо решить: всегда ли справедливо высказанное суждение? Например, мы доказываем тезис *Аборты должны быть запрещены*. Нам важно сразу решить, на какую территорию распространяется наше суждение: аборты должны быть запрещены везде, или мы говорим только о России, или, может, мы говорим о Китае?

3. Модальная точность. При формулировке тезиса отвечаем на вопрос: несомненно или только вероятно наше суждение? Так, тезис *Возможно, на Марсе есть жизнь* представляет собой вероятностное суждение, а тезис *На Марсе есть жизнь* — суждение о бесспорном, несомненном факте.

При формулировке тезиса важно точно понимать: мы говорим о том, что есть (*Права детей в России не нарушаются*), или о том, что должно быть (*Права детей в России не должны нарушаться*), или оцениваем нечто положительно либо отрицательно (*Нарушение прав ребенка — это признак отсталости общества*).

Цель текста

При выборе цели текста нужно соотносить свой замысел с интересами и потребностями адресата. На этом основании выделяют следующие цели:

1. Сообщение (информационная цель).

2. Воздействие (прагматическая цель).

2.1. Убеждение (воздействие на сознание, рациональное мышление).

2.2. Внушение (воздействие на подсознание, на эмоции).

2.3. Агитация (побуждение к действию).

2.4. Развлечение (эмоциональное заражение).

3. Общение ради общения (фатическая цель).

При обдумывании содержания текста мы всегда основываемся на типичных смысловых или логических моделях развития мысли, которые в риторике получили название «топы». Топы принято делить на внешние и внутренние.

Внешние топы (лат. loci communes — общие места) — это ценностные суждения, свойственные определенному мировоззрению, этически бесспорные в данной культуре. Истинность этих суждений аудитории очевидна, и она принимает их без доказательства. Они содержат нравственные и философские положения, считающиеся общепринятыми. Например:

Закон должен быть справедливым;

Дети должны уважать своих родителей;

Ум — хорошо, а два — лучше.

В античной риторике внешние топы служили для эмоционального усиления используемых доводов. «Общих мест насчитывалось около десятка: это были рассуждения о необходимости чтить богов, законы, государство и заветы предков и о том губительном ущербе, который грозит этим оплотам человеческого общества в том случае, если обвиняемый не окажется осужденным (по мнению обвинителя) или оправданным (по мнению защитника). По отвлеченности своего содержания эти мотивы могли одинаково развиваться в речах по любому поводу: отсюда их название»³.

³ Гаспаров М. Л. Цицерон и античная риторика // Марк Туллий Цицерон. Три трактата об ораторском искусстве / под ред. М. Л. Гаспарова. М., 1972. С. 20.

Внутренние топы — это общие логические ходы, используемые для развертывания мысли, развития замысла и содержания речи, своеобразные смысловые модели, знание которых подсказывает, как развить предложенный тезис. Любая речь строится на основании тех или иных топов. Ниже приведены примеры использования топов в журналистских текстах.

- Топ «определение»: *Что такое русский колокольный звон? Это уникальное явление, это вообще-то язык России, понятный всему миру* (Гутова Ю. 7 вопросов Игорю Коновалову // Русский репортер. 2011. 21–28 апр.).

- Топ «род и вид»: *Из всех видов посуды для транспортировки на другую планету лучше всего подходит нержавейка, которая не окисляется, не бьется и легче чугуна. Стоит заpastись и одноразовой посудой в немалых объемах* (10 главных итогов цивилизации / С. Скарлош [и др.] // Русский репортер. 29 дек. 2011 — 19 янв. 2012).

- Топ «сравнение»: *Ни средний класс, ни олигархи, ни чиновничество не желают изменений настолько сильно, чтобы про-явить волю. А изменения нужны, это всем очевидно. Остается уповать только на волю сконцентрировавшего все рычаги власти. Может получиться — как когда-то у Александра II. Тоже ведь никому особо не нужны были изменения: все свыклись, стер-пелись. И только поражение в Крымской войне показало, что реформы перезрели* (Дискуссия. Что делать, если опоры нет, а изменения нужны? // Русский репортер. 2011. 21–28 апр.).

Существуют также следующие топы: имя, целое и части, свойства и качества, противоположность, причина и следствие, условие, уступка, время и место (обстоятельства), пример, свидетельство и др.

Топы являются основой для построения и развития аргументов. **Аргумент** — это довод, который служит для обоснования тезиса. **Аргументация** — совокупность аргументов, используемая для убеждения адресата, а также процесс такого убеждения. Аргументация направлена на то, чтобы аудитория признала обоснованность, правильность тезиса и приняла позицию автора.

При риторическом анализе текста аргументы формулируются кратко, в виде простых предложений и представляются в виде логической схемы текста.

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru