

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Л.В. Антилогова

РИТОРИКА

Учебное пособие

Рекомендовано ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Оренбург
2021

УДК 808.5(о75.8)
ББК 80.7я73
А 69

Рецензент - директор Института социально-гуманитарных инноваций и массмедиа, доктор политических наук, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии Ю.В. Кудашова.

Анпилогова, Л.В.

А 69 Риторика: учебное пособие / Л.В. Анпилогова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2021. – 194 с.

ISBN 978-5-7410-2581-9

Учебное пособие «Риторика» составлено с учетом ГОСВО «Государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

В пособии рассматриваются особенности проведения публичных дискуссий в современном обществе, специфика публичного выступления с точки зрения решения коммуникативных задач в профессиональной деятельности журналиста; исследуются процессы функционирования риторики в обществе, взаимодействие оратора с аудиторией СМИ; изучаются воздействие как базисный фактор речевой коммуникации журналиста, риторические средства выражения и варианты их использования в журналистском тексте; анализируется специфика социально-ориентированного диалога и современного публичного монолога в журналистике.

Учебное пособие включает основные темы по курсу; контрольные вопросы для повторения материала; задания для домашних и творческих работ; темы для написания реферата; вопросы для проведения дискуссии; образцы тестовых заданий для контроля качества знаний, рекомендуемую литературу.

УДК 808.5(о75.8)
ББК 80.7я73

ISBN 978-5-7410-2581-9

© Анпилогова Л.В., 2021
© ОГУ, 2021

Содержание

Введение	5
1 Пояснительная записка	9
1.1 Цели и задачи освоения дисциплины	9
1.2 Структура и содержание дисциплины	10
2 Содержание аудиторных занятий	16
2.1 Раздел «Понятие риторики»	16
2.1.1 Лекционное занятие № 1	16
2.2 Раздел «Риторика в современном обществе»	30
2.2.1 Практические занятия № 1-2	31
2.3 Раздел «Воздействие как базисный фактор речевой коммуникации в журналистской деятельности»	44
2.3.1 Лекционные занятия № 2-3	44
2.3.2 Практические занятия № 3-4	50
2.4 Раздел «Социально-ориентированный диалог в журналистике»	57
2.4.1 Лекционное занятие № 4	58
2.4.2 Практические занятия № 5-6	62
2.5 Раздел «Публичный монолог в современной журналистике»	77
2.5.1 Практические занятия № 7-8	78
2.6 Раздел «Публичное выступление как условие решения коммуникативных задач в профессиональной деятельности журналиста»	90
2.6.1 Лекционные занятия № 5-6	91
2.6.2 Практические занятия № 9-10	96
2.7 Раздел «Риторические средства выражения и их использование в тексте»	104
2.7.1 Практические занятия № 11-12	105
2.8 Раздел «Взаимодействие оратора с аудиторией СМИ»	118
2.8.1 Лекционное занятие № 7	118
2.8.2 Практическое занятие № 13	123
2.9 Раздел «Убеждающее выступление в СМИ и его основные особенности»	135

2.9.1 Лекционное занятие № 8	136
2.9.2 Практические занятия № 14-15.....	140
2.10 Раздел «Публичные дискуссии в современном обществе»	147
2.10.1 Лекционное занятие № 9	147
2.10.2 Практические занятия № 16-17.....	154
3 Вопросы к зачету и темы рефератов по дисциплине «Риторика».....	161
4 Образец тестовых заданий для подготовки к контролю качества знаний по дисциплине «Риторика».....	164
5 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины	173
5.1 Основная литература.....	173
5.2 Дополнительная литература.....	173
5.3 Периодические издания	174
5.4 Интернет-ресурсы.....	174
Список использованных источников	176
Приложение А.....	181
Приложение Б	183
Приложение В.....	185
Приложение Г	188
Приложение Д.....	189
Приложение Е	192
Приложение Ж.....	193

Введение

Сегодня образовательная политика Российской Федерации в подготовке журналистских кадров направлена, прежде всего, на развитие профессионального мастерства, одним из аспектов которого является умение журналиста грамотно и четко представлять информацию. Качественная подготовка будущего специалиста массмедиа во многом зависит от тех профессиональных компетенций, благодаря которым журналист сможет эффективно осуществлять свою будущую деятельность. Одной из них является способность осуществлять профессиональную коммуникацию на русском языке (ПК-7), позволяющую:

- приводить журналистский текст и продукты разных видов профессиональной деятельности специалиста в соответствие с языковыми нормами (ПК-7-В-1);
- контролировать соблюдение языковых норм в журналистском тексте (ПК-7-В-2).

Подготовка журналиста к будущей профессиональной деятельности в СМИ с учетом риторических норм, приемов и правил поможет специалисту стать творчески креативным, что для данной профессии является особенно значимым и важным.

В связи с этим, и был разработан курс «Риторика», помогающий студентам разобраться в специфике и особенностях работы журналиста с текстом в разных средствах массовой информации. Уровень профессионального мастерства специалиста массмедиа зависит от навыков работы с публицистическим материалом, возможностей эффективной подготовки медиапродуктов разных видов деятельности как в электронных, так и печатных СМИ.

Формирование у студентов-журналистов риторического мастерства, навыков публичного общения необходимо для того, чтобы будущие специалисты могли:

- осознать себя языковой личностью;
- овладеть навыками публичного общения для решения коммуникативных задач в своей профессиональной деятельности;
- создавать разные виды речи, необходимые для публичного выступления;
- уметь спорить, вести дискуссию, проводить дебаты, защищать и контролировать себя в процессе полемики;
- избегать различного рода ошибок в публичных выступлениях;
- соблюдать этику речевого поведения;
- уметь выстраивать монологическую речь разных видов и форм;
- овладеть искусством социально-ориентированного диалога;
- уметь выступать публично, соблюдая приемы и навыки эффективного общения;
- овладеть техникой различных видов речевой деятельности;
- правильно ориентироваться в разных типах аудиторий и ораторов, знать их особенности;
- уметь работать с фактами, различным материалом, примерами сравнения, ссылками, цитатами и т.д.;
- научиться взаимодействовать с аудиторией;
- уметь моделировать трудные ситуации, преодолевать критические установки аудитории разных типов СМИ;
- научиться воздействовать на аудиторию разных СМИ средствами убеждающего выступления;
- правильно и эффективно осуществлять речевые действия и т.д.

Процесс освоения будущими журналистами риторических основ с точки зрения осуществления профессиональной деятельности в системе субъект-субъектных отношений будет наиболее эффективно реализовываться при следующих условиях, если:

— наряду с теоретическим материалом по риторике на практических занятиях студентами будут выполняться определенные задания, предназначенные

для домашних и творческих работ, написания реферата, проведения дискуссии, и использоваться другие активные формы обучения, помогающие приобрести будущим журналистам практические навыки техники эффективной коммуникации и её грамотного представления в системе СМИ;

- студенты будут самостоятельно выполнять задания, предлагаемые им для самостоятельной работы, позволяющие овладеть навыками ораторского и полемического мастерства, решения различных коммуникативных задач, рассматриваемых в средствах массовой информации;

- в образовательном процессе будут использоваться материалы современных печатных СМИ, аудио- и видеозаписи радио- и телепрограмм, Интернет публикаций, представляющих примеры эффективных диалогов и монологических выступлений, необходимых для глубокого их анализа с риторической точки зрения;

- на занятия будут приглашаться профессиональные журналисты, помогающие увидеть риторический процесс изнутри, и специалисты из других областей деятельности (например, филологи, психологи, культурологи и др.), предоставляющие возможность студентам познакомиться с приемами и техникой различных видов речевой деятельности с целью создания публицистических текстов и их грамотного представления в разнообразных СМИ.

Для того чтобы специалист массмедиа стал профессиональной личностью, необходимо формировать у него:

- понимание значимости общечеловеческих, социально-культурных и общепрофессиональных ценностей взаимоотношений между людьми;

- навыки культурного речевого поведения;

- толерантное восприятие социальных, конфессиональных, этнических, национальных и культурных особенностей людей;

- навыки межличностного и межкультурного взаимодействия с социумом на основе морально-этических и социокультурных норм, принятых в обществе;

- умения установления и поддержания взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах;
- знаний в области ораторского искусства и полемического мастерства.

1 Пояснительная записка

1.1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цели изучения дисциплины: приобретение знаний по культуре речевого поведения, ораторского и полемического мастерства для того, чтобы помочь будущим специалистам массмедиа овладеть техникой разных видов речевой деятельности, получить навыки речевого взаимодействия в коммуникативном процессе в сфере журналистской деятельности; формирование профессиональных компетенций у студентов в области ораторского мастерства.

Задачи освоения дисциплины предлагаются с учетом планируемых результатов обучения с точки зрения формируемой компетенции ПК-7 - способности осуществлять профессиональную коммуникацию на русском языке, с учетом правовых требований к использованию русского языка как государственного языка РФ:

- научиться соблюдать языковые нормы при создании любого медиатекста, учитывающие специфику профессиональной коммуникации в журналистской деятельности и правовые требования, предъявляемые к использованию русского языка как государственного языка Российской Федерации;

- овладеть способностью приводить журналистский текст (медиапродукт) разных СМИ в соответствие с языковыми нормами, принятыми в русском языке;

- научиться использовать различные риторические средства выражения при создании журналистского текста и любого другого медиапродукта;

- овладеть способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском (иностранном) языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (филологии, социологии, психологии, культурологии и др.) в контексте своей профессиональной деятельности при взаимодействии с аудиторией разных СМИ;

- научиться осуществлять взаимодействие с аудиторией средствами социально-ориентированного диалога;

- понимать специфику функционирования риторики в обществе;

- научиться применять разнообразные способы воздействия как базисного фактора речевой коммуникации на аудиторию разных СМИ средствами убеждающего выступления;

- уметь осуществлять публичные дебаты и полемику, вести дискуссию с аудиторией разных СМИ;

- составлять разные виды речи, необходимые для публичного выступления в средствах массовой информации.

1.2 Структура и содержание дисциплины

Структура дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов) и представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Общая трудоемкость дисциплины

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	52,25	52,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение творческой работы (ТР); - выполнение тестовых заданий в системе «Аист» (ТЗ); - подготовка к собеседованию (опросу) (С); - подготовка к дискуссии (Д); - подготовка домашнего задания (ДЗ); - самоподготовка.	91,75	91,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре, представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Разделы дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие риторики.	4	2	-	-	2
2	Риторика в современном обществе.	14	-	4	-	10
3	Воздействие как базисный фактор речевой коммуникации в журналистской деятельности.	18	4	4	-	10
4	Социально-ориентированный диалог в журналистике.	16	2	4	-	10
5	Публичный монолог в современной журналистике.	14	-	4	-	10

Продолжение таблицы 2

6	Публичное выступление как условие решения коммуникативных задач в профессиональной деятельности журналиста.	18	4	4	-	10
7	Риторические средства выражения и их использование в тексте.	14	-	4	-	10
8	Взаимодействие оратора с аудиторией СМИ.	14	2	2		10
9	Убеждающее выступление в СМИ и его основные особенности.	16	2	4	-	10
10	Публичные дискуссии в современном обществе.	16	2	4	-	10
	Итого:	144	18	34		92
	Всего:	144	18	34		92

Содержание разделов (тем) дисциплины:

Раздел № 1 Понятие риторики.

1 Риторика как наука и учебный предмет.

2 Речевая деятельность как составная часть процесса общения в СМИ.

Раздел № 2 Риторика в современном обществе.

1 Сферы функционирования риторики в обществе.

2 Использование знаний по риторике в системе СМИ.

3 Речевая коммуникация в профессиональной деятельности журналиста.

Раздел № 3 Воздействие как базисный фактор речевой коммуникации в журналистской деятельности.

1 Виды речевого воздействия, правила и приемы их использования в журналистской деятельности.

2 Коммуникативная позиция участников общения.

3 Способы речевого воздействия на собеседника.

4 Тактики речевого воздействия в профессиональной деятельности журналиста.

Раздел № 4 Социально-ориентированный диалог в журналистике.

1 Сущность понятия диалога.

2 Типы диалога, их использование в деятельности журналиста.

3 Условия эффективного ведения диалога в журналистской деятельности.

Раздел № 5 Публичный монолог в современной журналистике.

1 Монолог как продукт речевой деятельности журналиста.

2 Особенности теле- и радиоречи как разновидности современного публичного монолога.

Раздел № 6 Публичное выступление как условие решения коммуникативных задач в профессиональной деятельности журналиста.

1 Виды публичных выступлений.

2 Особенности подготовки публичного выступления в журналистике.

3 Техника подготовки выступления.

4 Общие требования к выступлению в СМИ.

Раздел № 7 Риторические средства выражения и их использование в тексте.

1 Использование риторических средств выражения на этапе элокуции.

2 Сущность понятия тропа.

3 Разновидности риторических фигур.

Раздел № 8 Взаимодействие оратора с аудиторией СМИ.

1 Особенности взаимодействия оратора с аудиторией СМИ.

2 Поведение телеведущего в аудитории.

3 Поддержание внимания аудитории в ходе выступления.

Раздел № 9 Убеждающее выступление в СМИ и его основные особенности.

1 Основные виды убеждающих выступлений, их использование в СМИ.

2 Демонстрация убежденности оратора посредством аргументации.

Раздел № 10 Публичные дискуссии в современном обществе.

1 Предмет публичного обсуждения в СМИ.

2 Использование полемических приемов в публичных дискуссиях.

3 Классификация споров и принципы их ведения.

Практические занятия (семинары) представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1-2	2	Сферы функционирования риторики в обществе. Использование знаний по риторике в системе СМИ. Речевая коммуникация в профессиональной деятельности журналиста.	4
3-4	3	Способы речевого воздействия на собеседника. Тактики речевого воздействия в профессиональной деятельности журналиста.	4
5-6	4	Условия эффективного ведения диалога в журналистской деятельности.	4
7-8	5	Монолог как продукт речевой деятельности журналиста. Особенности теле- и радиоречи как разновидности современного публичного монолога.	4

Продолжение таблицы 3

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
9-10	6	Техника подготовки выступления. Общие требования к выступлению в СМИ.	4
11-12	7	Использование риторических средств выражения на этапе элокуции. Сущность понятия тропа. Разновидности риторических фигур.	4
13	8	Поведение телеведущего в аудитории. Поддержание внимания аудитории в ходе выступления.	2
14-15	9	Демонстрация убежденности оратора посредством аргументации.	4
16-17	10	Классификация споров и принципы их ведения.	4
		Итого:	34

2 Содержание аудиторных занятий

2.1 Раздел «Понятие риторики»

На изучение раздела «**Понятие риторики**» отводится 4 часа: 2 часа - на чтение лекционного материала, 2 часа – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- познакомиться с риторикой как наукой и учебным предметом;
- исследовать речевую деятельность как составную часть процесса общения в СМИ.

2.1.1 Лекционное занятие № 1

Краткое содержание вопросов темы

1 Риторика как наука и учебный предмет.

Риторика - одна из древнейших наук в истории человечества. Слово риторика греческого происхождения, в переводе означающее «ораторское искусство», на латинском языке - это слово «элоквенция».

На сегодняшний день существует целый ряд определений понятия риторики, остановимся на двух из них:

- риторика – это теория красноречия (наука об умении говорить красно и правильно) (по определению словарей) [42; 56 и др.].

- риторика, понимаемая и как наука об искусстве выступления на публике (т.е. выступления-монолога оратора непосредственно перед конкретной аудиторией).

В ряде исследований [1; 3 и др.] отмечается, что оратор оказывает воздействие на аудиторию с помощью речи. Такое мнение в определенной степени можно считать верным, так как выступление оратора считается искусством устной речи. И именно от того, насколько выступающий правильно говорит, во многом зависит влияние содержания его речи на окружающих. Важно, чтобы речь производила правильное и нужное впечатление на слушающих. На этапе её произнесения, конечно, необходимо учитывать звуковое оформление, обращать особое внимание на правильное озвучивание речи.

Безусловно, иметь основные голосовые характеристики является важным для каждого человека, стремящегося научиться грамотно выражать свои мысли и правильно их передавать аудитории, но главным образом, эти знания необходимы для профессиональных ораторов, выступающих в таких сферах деятельности, как: юриспруденция, педагогика, политика, система менеджмента, религия и т.д. [49].

Конечно, выступающему необходимо:

- научиться приятно «звучать»;
- уметь пользоваться определенными голосовыми средствами,

но только с целью влияния на смысл речи или дополнения ее формы необходимыми речевыми инструментами. Все другое, связанное с голосовыми характеристиками, их особенностями, изучается в рамках не столько риторики, сколько техники речи. И каждому, начинающему знакомство с риторикой, необходимо помнить о том, что он будет, прежде всего, изучать основы теории красноречия, искусства публичного выступления.

Необходимо понимать, что риторика имеет и признаки *науки*, то есть наличия определенных правил, соблюдение которых является обязательным для всех выступающих. Риторика как наука включает пять разделов:

1 раздел: нахождение материала для выступления.

2 раздел: правильное расположение материала в определенном порядке с соблюдением логики и последовательности в его изложении.

3 раздел («элокуция»): выбор, а в дальнейшем и соблюдение стилевых норм в тексте и использование в нем таких критериев, как: отбор слов, их грамотное сочетание; применение различных тропов и стилистических фигур (украшений), делающих речь более выразительной и красочной.

4 раздел: запоминание материала.

5 раздел: произнесение речи (в государственном учреждении, церкви, учебном заведении, рекламном сообщении, журналистском выступлении, судебном заседании, на военном плацу и т.д.).

В риторике есть начала и подлинного *искусства*. Во многом успех выступления формируется благодаря тем знаниям, навыкам и умениям, которые были созданы на протяжении многих веков, и которыми уже овладели старшие поколения.

Риторика как учебный предмет существовал еще в Древней Греции и Древнем Риме. Ритор (оратор) примерно с III в. до н. э. был учителем практического красноречия в ораторской школе. «Риторика» как учебный курс был обязательным предметом в учебных заведениях России вплоть до 1917 г., а сегодня восстанавливается в учебных заведениях нашей страны.

Риторика как *учебный предмет* состоит из следующих частей: истории, практики, теории, техники.

Почему сегодня риторика изучается как учебный предмет?

Профессиональная, грамотно построенная речь необходима для специалистов многих областей человеческой деятельности в нашей стране, для которых плохая речь, не содержащая в себе новых и интересных мыслей, наполненная уже всем известными сентенциями, не просто мешает, а зачастую вредит работе.

Умение говорить хорошо необходимо тем, кто непосредственно связан с

речевой деятельностью: депутатам всех уровней, дипломатам, министрам, руководителям различных учреждений, ученым, журналистам, социальным работникам, менеджерам, учителям, преподавателям, студентам и т.д., просто собеседникам.

Конкретное владение данным предметом может помочь человеку:

- устроиться на новую работу, правильно и грамотно рассказывая о своей жизнедеятельности;
- заявить о себе как о человеке, с которым интересно и приятно беседовать как в личной, так и профессиональной деятельности;
- проявить себя как специалиста с хорошими речевыми навыками, помогая ему показать широту своего профессионального кругозора;
- эффективно выполнять свою профессиональную деятельность, если она напрямую связана с осуществлением речевых действий и т.д.

2 Речевая деятельность как составная часть процесса общения в СМИ.

Процесс общения между людьми как в личностной, так и во многих профессиональных сферах непосредственно связан с понятием речи или речевой деятельности. При рассмотрении 1 вопроса, нами уже упоминалось, что знание специфики речи необходимо на таком риторическом этапе как произнесение речи. Но важно заметить, что это не единственный значимый момент, который важно учитывать в своей речи каждому журналисту, готовящему выступление в средствах массовой информации. Знание специфики и особенностей осуществления речевой деятельности необходимы для эффективного представления информации аудитории различных СМИ.

«Речевая деятельность» в журналистике понимается как совокупность речевых действий, подчиненных определенной цели - передачи информации читательской, радио- и телеаудитории) [49].

Речевая деятельность в этом случае подчиняется законам строения и закономерностям развития деятельности как таковой.

Исходя из этого, речевое действие предполагает:

- постановку цели, подчиненной общей цели деятельности;
- создание и осуществление плана;
- сопоставление цели и результата.

Речевая деятельность непосредственно вплетена в процесс общения, структура которого, по Г.М. Андреевой, представляет собой три взаимосвязанные стороны:

- интерактивная, означающая организацию взаимодействия между общающимися;
- перцептивная, включающая процесс восприятия и понимания друг друга в процессе общения;
- коммуникативная, заключающаяся в обмене информацией между коммуникантами [2].

Коммуникативная сторона общения напрямую связана с речевой деятельностью, включающей ряд важных аспектов:

- коммуникативном;
- информативном;
- психологическом.

Журналист, работающий в системе субъект-субъектных отношений, должен четко понимать сущность понятия коммуникации, рассматриваемой в двух смыслах:

- широко: коммуникация - это любой информационный обмен, совершаемый как на межличностном уровне, так и между различными динамическими системами с помощью различных средств, включающих все формы и виды общения (по Г.М. Андреевой, В.Д. Ширшову и др.);
- узко: коммуникация как общение на уровне передачи информации посредством определенных знаков.

Говоря о содержании коммуникативного аспекта речи, необходимо уточнить ряд значимых моментов.

Во-первых, в коммуникации обязательно присутствуют: коммуникатор, реципиент и сообщение.

Во-вторых, коммуникация находит свое выражение в определенной модели, состоящей из ряда элементов:

1 *Цель коммуникации*, заключающаяся в том, что человек, пытаясь воздействовать на другого, не просто сообщает ему определенную информацию, но при этом изменяет и его поведение.

Целенаправленность заключается в воздействии говорения и осуществляется благодаря его стратегии (реализации общей цели), и тактике (реализации подчиненных задач) (подробнее о речевых стратегиях и тактиках можно прочитать в материалах, представленных в таблице А.1 приложения А).

Достижение цели коммуникации во многом обусловлено потребностью двух видов:

- в общении как таковом, свойственном человеку как общественному существу (общая коммуникативная мотивация);
- в совершении конкретного речевого поступка (ситуативная мотивация).

В основе коммуникативной цели лежат:

- доверительные отношения (по Б.Н. Лозовскому) [28];
- активность, обеспечивающая инициативное речевое поведение собеседников.

Если цели коммуникации не осуществляются, это приводит к коммуникативным неудачам, под которыми понимается отрицательный результат общения (не достижение инициатором общения прагматических устремлений, отсутствие взаимодействия, взаимопонимания и согласия между участниками общения) (подробнее о причинах коммуникативных неудач можно узнать в отрывке из публикации Е.М. Лазуткиной «Причины коммуникативных неудач», представленном в таблице Б.1 приложения Б).

2 *Функции коммуникации*, которые заключаются в достижении взаимопонимания в совместной деятельности журналистов при решении профессиональных задач; поиска эффективных решений в ходе газетной, радио- и теледискуссии. К ним относятся:

- управленческая, работающая в системе действия социальных ролей (журналист - аудитория);
- информативная, связанная с передачей информации;
- эмотивная, использующая эмоции в процессе коммуникации журналиста;
- фатическая, включающая обмен речевыми высказываниями с целью поддержания разговора, типа: *обратите внимание, согласитесь, что ...*

3 *Типы сообщений*, соответствующих коммуникативным функциям:

- побудительные, ярко представленные в социально- и общественно-политических программах (например, социально-политическое ток-шоу «60 минут» с О. Скабеевой и Е. Поповым, программа «Вечер с Владимиром Соловьевым» («Россия 1»); общественно-политическое ток-шоу «Время покажет», программа «Большая игра» («Первый канал»); передачах по культуре («Культурная революция» («Культура») и др.);
- информативные (передача реальных или вымышленных сообщений) (например, новостные программы: «Время», «Новости» («Первый канал»); информационная программа «Сегодня» (НТВ); «Вести», «Вести недели» («Россия 1»); «Известия» («Пятый канал»); «События» (ТВЦ); «Новости» (РЕН ТВ); «Вести» («Россия 24»); «Вести» (РТР) и др.);
- экспрессивные (возбуждение эмоционального переживания) (например, беседы на ток-шоу «Прямой эфир» с А. Малаховым, «привет, Андрей!» («Россия 1»), в программах «Давай поженимся» «На самом деле», «Мужское/Женское», «Модный приговор» («Первый канал») и др.);

- фатические (установление и поддержание контактов) (например, передачи, построенные на диалоге («Познер» («Первый канал»), программа «Синдеева» («Дождь»), программа «Интервью» (YouTube) и др.).

4 Типы отношений между участниками коммуникативного процесса:

- межличностная коммуникация, включающая: способы самопредъявления; коммуникативную компетентность; коммуникативные умения (умение устанавливать контакт, исполнять разные роли и др.); показатели эффективности (осознание творческой индивидуальности, создание определенного эмоционального настроения, владение кинесикой и др.);

- публичная коммуникация;

- массовая коммуникация (МК), которая протекает на базе социальной структуры общества, основной чертой которой является использование современных технических средств для передачи информации; в каждом процессе коммуникации содержатся основные компоненты: коммуникатор (сообщающий), реципиент (теле-, радио-, читательская аудитория, сообщение (общественные, симультанные и временно ограниченные), средство коммуникации (технические устройства, переносящие публично сообщения к аудитории); основными средствами МК являются: телевидение, радио, печать, кино, интернет).

Коммуникативный процесс рассматривается и как процесс обмена информацией, что позволяет говорить об *информативном аспекте речи*.

Любое коммуникативное сообщение в журналистике есть всегда процесс выработки новой информации, при этом важны:

- значимость информации (по А.Н. Леонтьеву);
- доверительность информации;
- тип информации: побудительная, стимулирующая какое-либо действие (приказ, совет, просьба) и констатирующая, выступающая в форме сообщения.

В какой же форме может быть представлена информация в СМИ? Их несколько:

- информация (новая и интересная) как короткое устное сообщение о каких-либо произошедших событиях, чаще всего представленная как в новостных программах (например, «Вести недели» («Россия 1»); «Известия» («Пятый канал»); «События» (ТВЦ); «Новости» (РЕН ТВ), так и в познавательных телепроектах («Мужская тема» («Восьмой канал»), «По поводу» («Мир 24»), «Секрет на миллион», «Поедем поедим» (НТВ) и др.) и научных телепередачах (например, «Живая Вселенная» («Культура»), «С точки зрения науки», «острова» («National Geographic»), Галилео (СТС), «Прогресс» («Пятый канал») и др.) и новостях в печатных СМИ (например, газеты: «Южный Урал», «Оренбуржье»; журналы: «Авто и мото», «Военно-исторический журнал», «Вопросы радиоэлектроники» и др.);

- объяснение или инструкция - короткие и понятные сообщения, которые встречаются, например, в телевизионных программах: «В мире животных» («Карусель»), «Nat Geo Wild», «Экстремальное путешествие» («National Geographic») и в печатных СМИ (например, журнал «Рукоделие», «Кулинария», «Сад и огород», «Планета здоровья» и др.);

- объявление - это сообщение о том, что предстоит, произойдет (например, объявления на телеканале «РЕН ТВ», во многих газетах: «Московский комсомолец» - Оренбург», «Вечерний Оренбург», «Сельские вести» и др.);

- аннотация как краткое изложение содержания книги (спектакля, фильма) чаще всего делающаяся в информационных или рекламных целях (например, в передачах телеканала «Культура»);

- лекция - учебное, научное или научно-популярное выступление специалиста (журналиста), раскрывающее какую-то определенную тему (например, очерки Д. Крылова «Непутевые заметки» («Первый канал»); программа «Вся Россия» («Россия 1»); религиозно-просветительская программа «Слово пастыря»; цикл передач «Исторические хроники» с Николаем Сванидзе (Россия 24); культурно-просветительский журнал «Мусульмане» («Россия 1») и др.);

- доклад - развернутое сообщение, поднимающее важную общественно-

политическую или научную проблему (например, цикл передач «Атланты. В поисках истины» («Культура»), программа «Галилео» (СТС) и др.);

- сообщения по какому-либо отдельному, частному вопросу (например, в программах ТВ: «Хочу знать» («Первый канал»), «Сегодня» (НТВ), «Новости» («Первый канал»); в печатных СМИ (например, заметки «Фермерам помогут гранты», «Лучшая семья получит авто» («Южный Урал», № 5 от 3 февраля 2021 г.) и др.);

- автобиография - сообщение человека об основных этапах его жизненного пути, используется сегодня в ряде телепрограмм (например, «Женские истории», «Откровения звезд» и др.), в периодике (например, цикл материалов о подвигах героев в годы Великой Отечественной войны («Южный Урал», 2020 г.).

Психологический аспект речи также играет особую роль в коммуникативном процессе журналиста, содержащий понятие «психологические основы устного выступления», включающее в себя знания:

- характерных черт и закономерностей процесса осуществления публичной речи;

- качеств личности говорящего и особенностей аудитории, оказывающих объективное влияние на эффективность выступления;

- основ взаимодействия оратора и аудитории.

В основе психологического аспекта речи лежат следующие психологические особенности:

- приоритет живого слова, позволяющего проявить большую оперативность в реализации речи;

- эмоциональная напряженность, передающая все оттенки человеческих переживаний интонационными средствами;

- наличие визуального канала, зрительно помогающего увидеть весь состав жестовых и мимических средств выражения аудитории и оратора;

- прямая коммуникация, выводящая на связь между журналистом и ауди-

торией, помогающая осуществлять обратную связь между ними, коррекцию своего выступления;

- представление о составе будущей аудитории;
- относительно интимный характер общения, выводящий на откровенный разговор с аудиторией;
- личное воздействие на аудиторию, позволяющее установить живое взаимодействие;
- непосредственный контакт с аудиторией, воздействия на всех и каждого, что положительно влияет, прежде всего, на самого оратора, предоставляя ему возможность наблюдать за аудиторией, следить за ее реакцией;
- наличие системы управления, при котором управляющее воздействие на аудиторию зачастую необходимо, так как достаточно часто человек, обладая волей и сознанием, имея специфические интересы и потребности, остается пассивным при принятии каких-либо решений.

Сегодня все каналы средств массовой информации целеустремленно координируют эффективное взаимодействие всех форм речевого влияния на аудиторию.

По данной теме не предусмотрено **практическое занятие**, но студенты на основе лекций закрепляют предложенный им материал, пользуясь для подготовки **контрольными вопросами, домашними и тестовыми заданиями**, предназначенными для закрепления материала. Они выносятся на самостоятельную работу.

Самостоятельная работа

Контрольные вопросы для закрепления материала:

- 1 Что в переводе означает слово «риторика»?
- 2 Что собой представляет риторика как понятие?

- 3 Почему риторика считается искусством устной речи?
- 4 Какой вопрос является одним из главных в риторике, ответ на который в основном касается звукового оформления речи?
- 5 Какие рекомендации предлагает классическая риторика с точки зрения звучащей речи?
- 6 Для чего оратору необходимы знания голосовых характеристик?
- 7 Какие представления о голосовых характеристиках должен иметь специалист, работающий в системе субъект-субъектных отношений?
- 8 Что является предметом техники речи, а что предметом риторики?
- 9 Почему риторика объединяет в себе признаки науки?
- 10 Какие значимые разделы для изучения содержит в себе риторика как наука?
- 11 Расскажите подробнее о каждом из них, поясняя необходимость их знания для журналиста.
- 12 Объясните мнение о том, что в риторике сосредоточены и начала подлинного искусства.
- 13 С каких времен риторика существует как учебный предмет?
- 14 Как называли в Древней Греции и Древнем Риме человека, выступающего перед аудиторией?
- 15 Почему в дореволюционной России предмет риторики был обязательным во многих учебных заведениях страны?
- 16 Из скольких частей состоит риторика как учебный предмет?
- 17 Почему сегодня риторика изучается как учебный предмет в школах и вузах?
- 18 Поясните, почему журналисту необходимо знать основы риторики, её специфику и особенности?
- 19 Чем может помочь человеку конкретное владение данным предметом?

20 Прокомментируйте слова Д.Н. Александрова о том, что владение риторикой как учебной дисциплиной может поднять культурный показатель в России?

21 Что обозначает термин «речевая деятельность»?

22 Поясните на примерах, каким образом речевая деятельность с точки зрения сущности этого понятия работает в журналистике?

23 Каким законам строения и общим закономерностям развития деятельности подчиняется риторика?

24 Что понимается под речевым действием?

25 Что представляют собой стороны общения?

26 Назовите основные аспекты речевой деятельности как составной части общения.

27 Каковы общие черты коммуникативного аспекта речи?

28 Поясните сущность понятия коммуникации.

29 Каких основные компоненты включает коммуникативный процесс?

30 Какие структурные элементы представлены в модели коммуникативного процесса?

31 Что собой представляет коммуникативная цель?

32 Поясните функциональную принадлежность речевых стратегий и тактик, по Е.М. Лазуткиной, используя материал приложения А.

33 Какие причины коммуникативных неудач выделяет Е.М. Лазуткина в приложении Б?

34 В чем заключается действие функций коммуникации? Поясните это на примерах из журналистской практики.

35 Какие типы сообщений соответствуют коммуникативным функциям? Приведите примеры, подтверждающие это.

36 Назовите типы отношений, существующие между участниками коммуникативного процесса. Какие особенности свойственны каждому типу?

37 Что является значимым при рассмотрении информативного аспекта речи?

38 В какой форме может быть представлена информация в СМИ? Приведите примеры.

39 Какие знания необходимы журналисту, чтобы овладеть психологическими основами мастерства устного выступления в СМИ? Приведите примеры.

Домашние задания:

1 Прочитайте статью Б.Н. Лозовского «В лабиринтах доверия», представленную в приложении В, ответьте на следующие вопросы, составив целостный текст:

- Почему «доверительные отношения между людьми» так важны в общении?

- Что понимается под понятием «доверие»?

- Почему западные теоретики сравнивают общение с театром?

- Что понимается под недоверием?

- Какую информацию можно считать доверительной (по В.С. Сафонову)?

- Можно ли вызвать человека на откровенность?

- Каков смысл всех «тактических» ходов газетчиков?

- Чему учит журналистов разговор с африканским шаманом?

- От чего зависит доверие между людьми?

- Прокомментируйте рекомендации, данные Д. Андерсоном и Б. Итулом, которые они предлагают использовать в общении с враждебно настроенным собеседником?

2 Прокомментируйте слова Сенеки с точки зрения целевой установки в выступлении перед аудиторией в журналистике: *«Кто не знает, в какую гавань он плывет, для того нет попутного ветра».*

3 Подумайте над словами Д.Н. Александрова, прокомментируйте их:

Можно с достаточной степенью уверенности утверждать, что *«если бы все студенты и учащиеся любых учебных заведений страны хотя бы в малой степени овладели риторикой как учебной дисциплиной, то общий показатель культуры в России поднялся бы, как минимум, на один «балл» за счет того, что логичность, краткость ответа и достоинство отвечающего в момент речи подчеркнули бы знание им предмета, владение ситуацией, знание основ теории и практики заданного вопроса, даже общий кругозор говорящего.*

Тестовые задания:

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Образец тестовых заданий для подготовки к контролю качества знаний по первой теме предлагается в 3 главе данного учебного пособия. Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.2 Раздел «Риторика в современном обществе»

На изучение раздела **«Риторика в современном обществе»** отводится 14 часов, из них: 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- исследовать сферы функционирования риторики в обществе;
- рассмотреть процесс использования знаний по риторике в системе СМИ;
- изучить специфику речевой коммуникации в профессиональной деятельности журналиста.

2.2.1 Практические занятия № 1-2

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается ряд вопросов, с материалом которых студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопроса предлагается.

Первый вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Сферы функционирования риторики в обществе**».

Знание каждой из сфер функционирования риторики необходимы журналисту для осуществления своей профессиональной деятельности. Кратко остановимся на некоторых из них.

- *риторика в СМИ* представлена разнообразными видами красноречия, применяемыми чаще всего в электронных средствах массовой информации (радио, телевидение), где происходит постоянный речевой поток, эффективно сигнализирующий об отношении к событию или явлению как со стороны самих массмедиа, так и желаемом восприятии со стороны читателей, слушателей, зрителей. Речь в СМИ должна быть четкой и ясной, строгой и логически последовательной, учитывающей быстро наступающий «порог внимания», ограниченный хронометраж, небольшое количество говорящих;

- *риторика в Паблик рилейнз (PR)* (науке, занимающейся организацией коммуникативного пространства современного общества) имеет следующие задачи: помогает обществу принимать решения, гармонично сочетать частные и общественные интересы, используя различные формы и средства коммуникативного решения вопросов, эффективно достигать взаимопонимания между

группами и организациями;

- *юридическая риторика* отражает реальность, существующую в юриспруденции, средствами которой зачастую решается судьба человека. Необходимыми условиями эффективности речи юриста являются: предельная объективность, аргументация, такт, корректность, исчерпывающе продуманная мотивированность и доказательность в деталях. В такой речи неуместны издевательский тон, подтрунивание по отношению к правонарушителю, юмор;

- *дипломатическая риторика* используется в сфере дипломатической деятельности, в которой важным является произнесение речи официальным лицом, представляющим интересы определенного государства. Во многом именно от речи дипломата, уровня владения ею зависит решение важных государственных вопросов;

- *военная риторика* применяется в сфере военной деятельности, где военным служащим необходимо использовать разнообразные виды красноречия. Речь в армии должна быть краткой, лаконичной, четкой и ясной, одухотворенной идеей героизма, требовательной к проявлению массового мужества. Она должна носить призывной патриотический характер. Речь военнослужащего не подлежит обсуждению и критике, она произносится авторитетным для солдат человеком;

- *риторика в системе менеджмента*, функции которого заключаются в решении управленческих задач, построенных на умении получить максимальную отдачу от имеющихся ресурсов. Особое место в системе менеджмента отводится сбору и систематизации информации с целью её грамотного использования в принятии управленческих решений;

- *риторика в социальной сфере* определяется тем, что перед нами ярко выраженная система субъект-субъектных отношений, в рамках которой происходит использование всех резервов, речевых в том числе, необходимых для оказания помощи человеку, оказавшемуся в трудной жизненной ситуации, его адаптации в окружающем мире или снятии негативного влияния социума на че-

ловека;

- *педагогическая риторика* требует научного красноречия, основными компонентами которого являются: наличие хорошей аргументации, связности, четкости, развернутости и последовательности в изложении материала учебной дисциплины; обладание логикой; использование определенного стиля речи, необходимой терминологии;

- *богословско-церковная риторика* – вид красноречия, имеющий большой опыт воздействия на людей (паству). Основным видом такого красноречия является проповедь, исполненная веры в «абсолютную истину», не подлежащую проверке. Для неё характерна морально-этическая назидательность и аргументированность.

Второй вопрос, вынесенный на обсуждение на практическом занятии **«Использование знаний по риторике в системе СМИ»**.

Знания по риторике используются в разных сферах человеческой деятельности. Остановимся подробнее на специфике использования риторики в *средствах массовой информации*. СМИ подразделяются на:

- визуальные (периодическая печать);
- аудиальные (радио);
- аудиовизуальные (телевидение, документальное кино),

объединяются в единую систему благодаря структуре коммуникативного процесса и ряду функций:

- информационной;
- комментарийно-оценочной;
- познавательно-просветительной (СМИ увеличивает знания аудитории);
- воздействия;
- гедонистической (восприятие информации с положительным эффектом, отвечающим эстетическим потребностям аудитории);
- генеральной, обеспечивающей создание и сохранение единства общно-

сти людей.

СМИ представляют особый такой тип коммуникации, характеризующийся, как:

- дистантный (информация передается неизвестному массовому получателю);
- имеющий коллективного субъекта, включающего общую позицию каждого вида печатных и электронных СМИ;
- обусловленный определенной социокультурной ситуацией.

Важными являются различия, существующие между СМИ, основанные, прежде всего, на разнице используемых в них кодов и знаковых комплексов, что наглядно представлено в таблице 4.

Таблица 4 - Различия, существующие между СМИ

Разновидность СМИ	Знаковая система	Характеристика
Периодическая печать	двоичная знаковая система	естественный язык в его письменной (печатной) форме + играющие подсобную роль иконические знаки (фотографий, рисунки, карикатуры), разного рода шрифтовые выделения, способ верстки и т.д.
Радио	триада	устная речь + естественные звуки (шумы) + музыка
Телевидение	тетрада	устная речь + естественные звуки (шумы) + музыка + «живое» изображение

Периодическая печать как наиболее традиционная разновидность mass media остается на значительным средством массовой информации, воздействующим на читательскую аудиторию, используя разные средства речевой коммуникации.

А.А. Леонтьев, анализируя особенности теле- и радиоаудитории, выделил психологические трудности, возникающие у журналиста во время выступления:

- коммуникатор, не видя своей аудитории, зачастую представляет ту

аудиторию, которая ему знакома;

- радио- и телевизионная аудитория рассредоточена как в пространстве, так и психологически, что требует гораздо большего усилия выступающему для того, чтобы привлечь её внимание;

- теле- и радиоаудитория практически не поддается «заражению»;

- человек, слушая радио и смотря телевизионную передачу дома, сохраняет определенную отстранённость, имеет неофициальность и доверительность;

- аудитория слушателей/зрителей достаточно разнообразна, что определяет особые требования к речи ведущего.

В СМИ важен образ ведущего, его восприятие радио- или телеаудиторией. При этом при его формировании необходимо учитывать отношения между коммуникатором и сообщением, между коммуникатором и аудиторией.

Доверие аудитории к выступающему зависит от его авторитетности, компетентности, внешней привлекательности, подготовленности, искренности и др. Эти качества могут играть разную роль: от эффекта внешней привлекательности до определения широкой образовательной подготовки, проявляющейся в содержательном плане в процессе всего выступления. При этом важно, чтобы журналист не скрывал своего отношения к материалу, так как формальное выступление, сокрытие своей внутренней позиции оставляет людей равнодушными.

Третий вопрос, вынесенный на обсуждение на практическом занятии «Речевая коммуникация в профессиональной деятельности журналиста».

Речевая (вербальная) *коммуникация* использует систему фонетических знаков. Осуществление процесса коммуникации происходит вследствие последовательности действий говорящего и слушающего, что представлено на следующей схеме: К (коммуникатор) – С (сообщение) – Р (реципиент) (см. рисунок 1). При этом важным является кодирование и декодирование информации, благодаря которым с помощью знаковых кодов передается смысл сообщения.

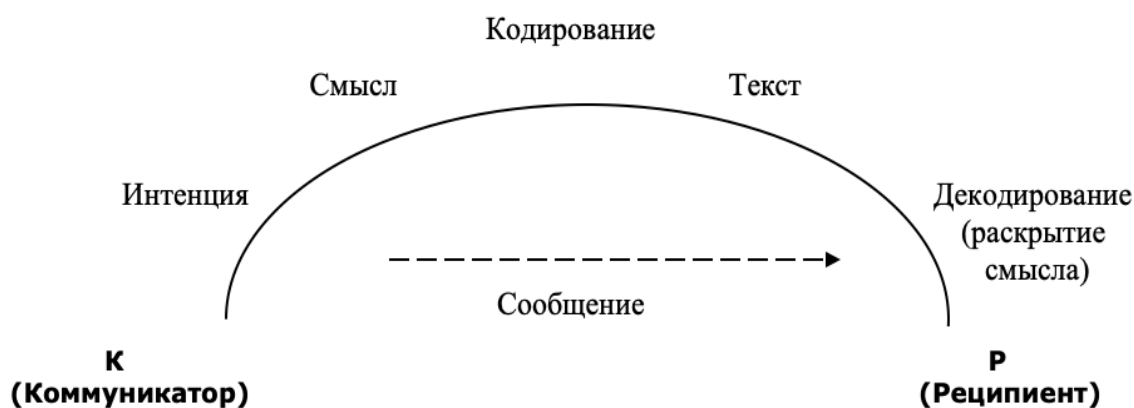


Рисунок 1 - Схема последовательности действий коммуникатора и реципиента при передаче и восприятии информации

Простейшая модель речевого коммуникативного процесса или «матрица убеждающей коммуникации», по К. Ховланду, необходимая для показа убеждающего воздействия СМИ, представлена американским журналистом Г. Лассуэллом (см. рисунок 2):

1 Кто? (передает сообщение)	- Коммуникатор
2 Что? (передается)	- Сообщение (текст)
3 Как? (осуществляется передача)	- Канал
4 Кому? (направлено сообщение)	- Аудитория
5 С каким эффектом?	- Эффективность

Рисунок 2 – Модель речевого коммуникативного процесса (по Г. Лассуэллу)

Журналисту в профессиональной деятельности важно помнить о том, что речевая коммуникация включает следующие аспекты:

1 *Нормативный*, включающий понятие нормы, под которой, по мнению С.И. Ожегова, понимается совокупность пригодных средств языка, необходимых для обслуживания общества, складывающаяся как результат отбора разных

языковых элементов [42].

Языковой нормой, кодифицирующей как образцовая, является литературный язык. Языковыми нормами, необходимыми для коммуникативного процесса, являются: орфоэпические, грамматические, стилистические, синтаксические, лексические и лексико-фразеологические, знание которых позволит журналисту избежать речевых ошибок.

2 *Этический*, связанный с существованием речевых этических норм - правил необходимого речевого поведения, основанных на национально-культурных традициях и нравственных нормах, достаточно устойчивых в определенное время. Е.М. Лазуткина считает, что данный аспект речи включает способы приветствия, обращения; выбор имени человека; поддержание культурной атмосферы общения и т.д.

3 *Коммуникативный*, под которым понимается выбор языковых средств, необходимый для достижения определенной цели общения и ориентированный на то, как говорить хорошо и правильно.

Данный аспект речи своими корнями уходит в риторику, за которой стоят такие важные для духовной жизни человека предметно-понятийные реалии, как:

- убеждение - процесс целенаправленного воздействия на сознание человека;
- состояние человека, обретаемое в результате речевого воздействия и определяющее его жизнедеятельность;
- метод воспитания личности, облакаемый при реализации в форму разъяснения, уточнения, совета и т.д.

Ряд исследователей выделяет ряд коммуникативных качеств речи, находящихся на стыке этих трех аспектов: информативную насыщенность (содержательность), логичность, точность, ясность и простоту, живость, благозвучие, чистоту, уместность, образность, богатство, эмоциональность, выразительность, правильность [17; 49; 20; 50 и др.].

Речь существует в двух формах: *письменной и устной*, изначально создающиеся в соответствующей форме, но различающиеся принципами, по которым складывается высказывание.

Каждая форма обладает своей спецификой, знание которой необходимы журналисту.

Устная форма определяется:

- интонационным богатством;
- большим количеством невербальной информации;
- определенным темпом;
- автоматизированностью;
- контактностью с собеседником;
- определенным набором речевых средств;
- своей структурой;
- линейностью во времени;
- быстротой порождения речи;
- неподготовленностью;
- сравнительно простым синтаксисом;
- использованием обращений, междометий, частиц, вводных слов;
- частыми повторами как лексическими, так и синтаксическими;
- легкостью передачи эмоций;
- воздействием манерой общения, убежденностью выступающего;
- эмоциональностью;
- допущением повтора мысли;
- наличием обратной связи со слушателями;
- легкостью понимания слушателями говорящего за счет пояснений непонятных мест;
- оперативностью;
- простотой реализации и т.д.

Следует заметить, что на устную речь влияет ряд физических факторов:

- ограниченность голоса и слуха, следствием чего является вмешательство в ситуацию общения того обстоятельства, что говорящие слышат и видят друг друга, в результате чего собеседники получают возможность передавать информацию по нескольким каналам: интонационному, через мимику и жесты и др.; предмет разговора находится у общающихся перед глазами, вследствие чего собеседники редко употребляют слова, указывающие на него; включение указательных элементов (например, *«Ты это хотел... Или вот это?»*);

- ограниченность дыхания, благодаря чему возникает необходимость периодически набирать в легкие новую порцию воздуха, что приводит к определенному ритму;

- ограниченность кратковременной памяти заставляет человека строить короткие предложения и с малой глубиной (например, ограничивать число обособленных конструкций).

Особенности устной речи, физические факторы, влияющие на неё необходимо знать журналистам, работающим в электронных СМИ.

Письменная речь – это форма речи, представленная графически в определенной структурной организации. Данная форма является предметом обучения, она наиболее обдумана, подготовлена, сложна синтаксически, соответствует норме. Для письменной формы речи характерны несколько иные черты, чем для устной:

- специфический набор языковых средств;
- структурная сложность;
- отсутствие соотнесенности с ситуацией;
- особое оформление;
- полнота и развернутость;
- отсутствие обратной связи с собеседником;
- определенное интонационное членение речи.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Назовите сферы функционирования риторики в обществе.
- 2 Расскажите о специфике использования знаний риторики в СМИ.
- 3 Как риторика в PR помогает осуществлению профессиональной деятельности?
- 4 В чем заключается специфика юридической риторики?
- 5 Поясните, в чем заключается суть дипломатической риторики?
- 6 Какие особенности характерны для военной риторики?
- 7 Какова риторика в системе менеджмента?
- 8 Поясните, насколько важны знания риторики в социальной сфере?
- 9 Каким образом педагогическая риторика связана с научным красноречием?
- 10 В чем заключается специфика богословско-церковной риторики как одного из древних видов красноречия?
- 11 Перечислите функции, благодаря которым все СМИ объединяются в единую систему массовой коммуникации.
- 12 Как можно охарактеризовать особый тип коммуникации (дискурса), используемый в СМИ?
- 13 Каковы различия, существующие между СМИ, основанные на разнице используемых в них кодов и знаковых комплексов? Поясните свою точку зрения, приведя примеры из разных СМИ.
- 14 Проанализируйте особенности общения по радио и телевидению.
- 15 Назовите психологические трудности, возникающие у человека в выступлении по телевидению или радио (по А.А. Леонтьеву).
- 16 Каким образом аудитория СМИ оценивает образ ведущего?
- 17 От каких важных качеств зависит степень доверия аудитории ведущему? Какую роль они играют на разных этапах общения?

18 Что речевая коммуникация рассматривает в качестве знаковой системы?

19 Из каких элементов состоит последовательность действий коммуникатора и реципиента?

20 Что собой представляет простейшая модель речевой коммуникации, по Г. Лассуэллу?

21 Какие аспекты включает в себя речевая коммуникация?

22 Каковы особенности нормативного аспекта речи?

23 Какие языковые нормы необходимы для осуществления речевой коммуникации?

24 Расскажите об этическом аспекте речи?

25 Какова роль коммуникативного аспекта речи?

26 Расскажите о специфике устной формы речи.

27 Какие физические факторы оказывают влияние на устную речь? Для чего это необходимо знать журналисту?

28 Дайте определение письменной речи.

29 Какие черты характерны для письменной речи?

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Перед вами представлен отрывок из монолога:

«Одно из таких мест я знал, так как был там не раз // Под Оренбургом // В Весеннем // Недалеко от Ивановки туда / к Соль-Илецку».

Запишите письменный эквивалент данной фразы. Объясните разницу между ними, используя материал практического занятия.

2 Перечислите трудности, с которыми встречается журналист, проводящий радио- или телепрограмму.

3 Прокомментируйте следующую точку зрения:

Именно благодаря использованию слова в сочетании с изображением возрастает роль телевидения как средства массовой информации: *«Слово и изображение - две главные знаковые системы, история которых восходит к древнейшему человеку. У каждой системы есть свои преимущества и свои недостатки, которые определяют их роль и место в человеческом общении. Достоинство изобразительных знаков в их большой доступности, ибо они сохраняют в себе сходство с обозначенным объектом. Достоинство слова – в способности абстрагироваться от конкретного. На протяжении многих лет неоднократно вспыхивает дискуссия о том, что важнее на телевидении: слово или изображение? Конечно, слово имеет исключительно важное значение в телепередачах, ибо оно несет основную, понятийную информацию. Но не следует забывать при этом, что телевизионные передачи все же, прежде всего, - зрелище, и не случайно тот, кто воспринимает телепрограмму, называется телевизионным зрителем, а не телевизионным слушателем. Естественно в одних случаях большую роль в передаче информации несет слово, в других - изображение. Вероятно, только синтез устного слова и изображения как основных языков может обеспечить телевидению наилучшие коммуникативные возможности. Важно только, чтобы изображение «не молчало», как это часто бывает, и чтобы использовались все знаковые системы: и слово, и изображение, и музыка».*

Ответьте на ряд вопросов:

- Какие знаковые системы считаются главными?
- В чем заключается достоинство каждой из них?
- Что важнее на телевидении: слово или изображение?
- В чем заключается спор по этому поводу?
- Возможен ли между ними компромисс?
- Для чего он необходим на телевидении?
- Что для телевидения является важным?

- Что является важным для периодических изданий и радио?

4 Прочитайте текст К. Чуковского, прокомментируйте его с точки зрения нормативного аспекта речи.

Дама с собачкой

Какая-то «дама с собачкой», одетая нарядно и со вкусом, хотела показать своим новым знакомым, какой у нее дрессированный пудель, и крикнула ему повелительно:

- Ляжь!

Одного этого «ляжь» оказалось достаточно, чтобы для меня обозначился низкий уровень ее духовной культуры, и в моих глазах она сразу утратила обаяние изящества, миловидности, молодости.

И я тут же подумал, что если бы чеховская «дама с собачкой» сказала при Дмитрии Гурове своему белому шпицу: «Ляжь!». Гуров конечно не мог бы влюбиться в нее и даже вряд ли бы начал с ней тот разговор, который привел их к сближению.

В этом «ляжь» отпечаток такой темной среды, что человек, претендующий на причастность к культуре, сразу обнаружит свое самозванство, едва только произнесет это слово.

4 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.3 Раздел «Воздействие как базисный фактор речевой коммуникации в журналистской деятельности»

На изучение раздела **«Воздействие как базисный фактор речевой коммуникации в журналистской деятельности»** отводится 18 часов, из них: 4 часа - на чтение лекционного материала, 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- рассмотреть виды речевого воздействия, правила и приемы их использования в журналистской деятельности;
- исследовать коммуникативную позицию участников общения;
- проанализировать способы речевого воздействия на собеседника;
- познакомиться с тактиками речевого воздействия в деятельности журналиста.

2.3.1 Лекционные занятия № 2-3

Краткое содержание вопросов темы

1 Виды речевого воздействия, правила и приемы их использования в журналистской деятельности.

Под *воздействием*, по С.И. Ожегову, понимается действие, направленное на кого-то с целью добиться чего-нибудь [42].

Существуют два вида речевого воздействия:

- *вербальный* (при помощи слов): здесь важным является то, в каких форме, словах, последовательности высказывается мысль, используется определенный набор языковых средств, необходимых для её выражения; приводится аргументация; применяются эффективные приемы речевого воздействия и др.;

- *невербальный* - воздействие при помощи несловесных средств, сопровождающих речь и выполняющих большое количество функций: дополнения, корректировки, пояснения, замещения, акцентировки, дублирования, представления эмоционального состояния партнеров; определения настроения человека.

К средствам невербального воздействия относятся.

1 *Проксемика* занимается нормами пространственной и временной организации общения. Э. Холл выделил четыре расстояния, соблюдаемых в определенных ситуациях:

- *интимное* (0-45 см), неприемлемое для профессиональной деятельности;

- *персональное* (45-120 см), используемое в журналистике при интервьюировании (например, в программах «Познер» («Первый канал»), «Белая студия» («Культура»), «Особое мнение» («Эхо Москвы») (см. рисунок 3) и др.);



Рисунок 3 - Программа «Особое мнение» («Эхо Москвы»)

- *социальное* (120-400 см), приемлемое на встречах с несколькими участниками (например, программы «60 минут» (см. рисунок 4), «Вечер с Владимиром Соловьевым» («Россия 1»), «Время покажет» («Первый канал»);



Рисунок 4 – Политическая программа «60 минут» («Россия 1»)

- *публичное* (400-750 см), приемлемая при встречах с достаточно большим количеством участников (например, программа «Пусть говорят» («Первый канал»)) (см. рисунок 5).



Рисунок 5 – Ток-шоу «Пусть говорят» («Первый канал»)

2 *Кинесика* – это система коммуникативных средств (жесты, мимика, пантомимика), отражающая эмоциональные реакции человека в процессе общения. Примеры жестов и их значений представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Примеры жестов и их значений [47]

Жест	Значение
Пальцы, сведенные кончиками вместе	покорность, смирение
Палец у губ	стыд
Палец, зажатый обвисшими его пальцами другой руки	самоободрение
Усиленная мимика рта, закусывание губ, частое покачивание головы, ерзание на стуле, отбрасывание «мешающих» волос	движение беспокойства
Почесывание и поскребывание носа различным образом - указательным пальцем	«я вхожу в зону конфликта»
Почесывание в разговоре коленки	«мне бы хотелось уйти от разговора, из ситуации, но я решил остаться, потому, что это будет хорошо для меня»
Человек тербит край одежды	«я злюсь, но не могу сказать об этом прямо»
Почесывание мочки уха	«мне не нравится то, что я слышу, мне это неприятно»
Походка также может быть сигналом состояния человека (походка моряка, солдата и т. п.)	говорит о перенесенном им заболевании, о роде его занятий
Замедление речи с одновременным понижением силы голоса	способно привлечь внимание к особо ответственным моментам сообщения
Сила голоса	понижение говорит о доверительности говорения, он сближает людей, а крик разобщает
Одежда	может говорить о деятельности человека, о его национальной принадлежности, служить дополнительным признаком возраста, свидетельствовать о вкусах, привычках и т.д.

2 *Акустическая* (паралингвистическая) (система вокализации) и *экстралингвистическая* (паузы и вкрапления, связанные со звуком: плач, смех, покашливание и др.) системы знаков.

4 *Визуальное общение* – это контакт глазами, осуществляемый по следующим правилам:

- глаза должны находится «на одной линии»;
- взгляд не должен быть слишком пристальным.

5 *Тактильные средства* – это прикосновения (например, рукопожатие в профессиональной деятельности журналиста).

6 *Ольфакторные средства* – искусственные и естественные запахи.

В коммуникативном процессе также используется ряд приемов, строящихся на невербальном восприятии внешности человека:

- изучение внешнего облика человека при первой встрече с ним;
- одежда, в которую одет человек, особую значимость при этом занимает выбор цвета.

Для осуществления качественного общения журналисту необходимы знания правил и приемов речевого общения. Остановим свое внимание на них.

Правила речевого воздействия - это сложившиеся в обществе представления и рекомендации по общению:

- нормативные правила общения (правила речевого этикета) (например, приветствие при встрече, благодарность за что-то, извинение за причиненное неудобство, сочувствие пострадавшему и т.д.);
- правила речевого воздействия (конкретные речевые рекомендации) (например, частое обращение к собеседнику, снижение себя в его глазах, укрупнение собеседника, сокращение расстояния с собеседником и др.).

Приемы речевого воздействия - это конкретные способы его реализации (например: дотрагиваетесь до собеседника, подходите ближе к нему и др.).

2 Коммуникативная позиция участников общения.

Журналисту в его профессиональной деятельности необходимо обращать внимание на то, какую коммуникативную позицию занимает каждый коммуни-

кант. Это позволяет определить степень его авторитетности для собеседников, влияние его речи в решении конкретной разговорной ситуации, эффективность его потенциального речевого воздействия на других участников разговора.

Коммуникативная позиция каждого собеседника может быть сильной или слабой изначально в силу, например, их социального статуса (детско-родительские отношения, управленческая или образовательная системы и др.).

Человек в коммуникативном процессе может изменить свою коммуникативную позицию. Искусство речевого воздействия, по мнению исследователей риторики, заключается в умении говорящего занять определенную позицию, например, человек может:

1 Усилить свою коммуникативную позицию, благодаря чему повышается эффективность речевого воздействия на собеседника, помогают в этом следующие приемы:

- повтор обращения: *Ольга Петровна, но, пожалуйста, Ольга Петровна* ...;
- усиление эмоциональности речи;
- касание другого человека;
- открытые жесты, обращенные к слушателю;
- приближение к человеку;
- укрупнение собеседника (когда хвалим его, выделяем из других, делаем комплименты и т.д.);
- повышение громкости голоса, придающее авторитетность и уверенность говорящему;
- демонстрация доброжелательности (мимикой, позами, жестами);
- привлекательность внешнего вида и т.д.

2 Защитить коммуникативную позицию от давления собеседника можно:

- увеличивая дистанцию между ним и нами;
- отклоняясь назад в процессе общения;

- размещаясь за препятствием (например, столом и т.д.);
- отклоняясь назад при разговоре;
- принимая закрытые позы (например, скрещивая руки на груди).

2.3.2 Практические занятия № 3-4

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (анализ ситуаций, домашние задания), тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждаются вопросы, предназначенные для самостоятельно изучения.

Первый вопрос, вынесенный на обсуждение: «Способы речевого воздействия на собеседника».

Журналисту необходимо знать *способы речевого воздействия* на собеседника. Познакомимся с некоторыми из них.

1 *Доказывание*, достаточно часто используемое в журналистике, при котором применяются различные аргументы, подтверждающие выдвигаемый тезис, логично и продуманно предлагаемые собеседнику.

2 *Убеждение*, используемое в журналистике, при котором собеседнику навязывается посредством логики и эмоционального давления определенная точка зрения: *Я это знаю точно! Поверь, это действительно так...*

3 *Уговаривание* - это эмоционально-интенсивное побуждение человека отказаться от своей точки зрения и принять другую, при этом чаще всего используются личностные мотивы: *Пожалуйста... сделай это для меня... я буду тебе очень благодарен...* В журналистике данный способ обычно не использу-

ется.

4 *Клянчение* как форма эмоциональной просьбы использует многократный её повтор: *Купи... но, купи... но, купи, пожалуйста...* В журналистике клянчение как способ воздействия на человека не используется.

5 *Внушение* - побуждение собеседника просто поверить вам, принять на веру без обдумывания, без критического осмысления то, что вы говорите. Этот способ основан на сильном эмоциональном и психологическом давлении, на авторитете собеседника.

6 *Просьба* как побуждение человека сделать что-то в интересах говорящего, при этом здесь возможен отказ.

7 *Приказ* - это побуждение собеседника к выполнению чего-либо, исходя из его должностного или социального положения.

Второй вопрос, вынесенный на обсуждение: **«Тактики речевого воздействия в профессиональной деятельности журналиста».**

Тактики речевого воздействия на собеседника бывают двух видов:

- прямые – тактики открытого типа, включающее непосредственное сообщение слушателю своей мысли;

- косвенные.

Рассмотрим пример коммуникативной ситуации на примере использования определенной тактики:

Вы в первый раз приходите в гости в квартиру, с хозяевами которой не знакомы. Вас сажают около открытого окна, из которого дует. Вам хотелось бы его закрыть.

В речи ваше желание можно воплотить двояко:

- прямая тактика включает просьбу, обращенную к хозяину: *«Закройте, пожалуйста, окно»;*

- косвенная тактика выражается по-другому: *«Сегодня холодный вечер»* (высказывание в пространство), *«Вам не дует?»* (обращение к соседу), *«Не*

лучше ли закрыть окно?» (обращение ко всем) и т.д.

Прямая тактика речевого воздействия не предполагает варьирование языковых единиц (например, лозунг советского времени: *«Родине - наш ударный труд!»* и др. Они связны, последовательны, точны, бесконфликтны, аргументированы, четки, логичны, но зачастую напрямую зависят от ситуации, что не позволяет изменить сообщение, что говорит об однозначности высказывания. Сообщение, высказанное прямо, можно либо принять, либо отвергнуть.

Начинающие журналисты предпочитают использовать прямые тактики, считая их показателем «честных» стратегий, как более точных. Специалисту массмедиа необходимо знать, что высказывания при использовании прямой тактики могут зачастую вызвать реакцию протеста, что сделает процесс общения менее эффективным и поставит акт взаимодействия под угрозу срыва. Здесь журналисту следует уметь обосновать убедительно и доказательно необходимость соответствующих доводов, только тогда можно рассчитывать на положительный результат.

Прямая тактика предполагает вертикальную модель речевого взаимодействия, что говорит о существовании иерархически структурированной коммуникации. Воздействие сверху-вниз или снизу-вверх не всегда нравится собеседникам, так как оно откровенно принуждает к совершению определенных действий, что зачастую вызывает раздражение (например, *«Храните деньги в сберегательной кассе»*, *«Покупайте только здесь»* и т.д.).

Косвенные тактики обеспечивают работу горизонтальной модели речевого взаимодействия, обеспечивая равноправие собеседников в совместном создании содержания сообщения. Умолчание является общим принципом построения тактик данного вида, благодаря ему человеку предлагается некая загадка в принятии решения.

Особенностями косвенных речевых тактик являются:

- обеспечение слушателю свободы действий, инициативы и фантазии;
- косвенная тактика не всегда ведет человека к единственной цели, что и

является наиболее интересным.

Рассмотрим два варианта объявления одного содержания, закреплённые у входа в частные парки:

- первый вариант: *«Вход на территорию частного парка воспрещен»*, где запрет более жёсткий, здесь применена прямая тактика воздействия на посетителей парка, лишаящая их права выбора;

- второй вариант: *«Частный парк. Просим принять это к сведению»*, где запрет более мягкий, здесь использована косвенная тактика, не провоцирующая посетителей парка к агрессивным действиям, предоставляя ему право собственного выбора.

Журналисту необходимо помнить об уместности использования определенной тактики в коммуникативной ситуации.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Дайте определение понятию «воздействие».
- 2 Какие виды речевого воздействия вы знаете?
- 3 Что понимается под вербальностью речевого общения?
- 4 Что собой представляет способ невербального общения?
- 5 Для чего необходимо использование невербальных средств в речевом воздействии?
- 6 Для чего журналисту необходимо знать средства невербальной коммуникации?
- 7 Назовите средства невербальной коммуникации.
- 8 Что собой представляет кинетическая система невербальной коммуникации? Приведите примеры её использования в журналистской деятельности.
- 9 Дайте определения паралингвистической (или акустической) и экстралингвистической системам невербальной коммуникации.

- 10 Чем занимается такая область психологии как проксемика?
- 11 Поясните, что собой представляют временные характеристики?
- 12 Сколько дистанций, необходимых для процесса общения, предложил Э. Холл?
- 13 Расскажите об особенностях каждой из них. Поясните их значимость для осуществления журналистской деятельности.
- 14 Какие правила визуального общения вы знаете?
- 15 Что собой представляют тактильные средства невербальной коммуникации?
- 16 Насколько значимо в профессиональной деятельности правильное использование ольфакторных средств?
- 17 Какие методические приемы необходимо знать журналисту для представления характера человека?
- 18 Каким образом по цвету одежды можно определить некоторые особенности личности?
- 19 Что понимается под факторами речевого воздействия? Назовите их.
- 20 Что собой представляют правила речевого воздействия в процессе общения?
- 21 Что понимается под приемами речевого воздействия? Приведите примеры.
- 22 Что понимается под коммуникативной позицией говорящего в процессе общения?
- 23 Чем определяется коммуникативная позиция коммуникантов?
- 24 Какой может быть коммуникативная позиция говорящих?
- 25 Каким образом можно изменить позицию собеседника в коммуникативном процессе? Приведите примеры.
- 26 Какова задача речевого воздействия?
- 27 Какие способы речевого воздействия необходимо знать журналисту?
- 28 Какие способы речевого воздействия применимы в журналистике?

29 Чем просьба отличается от приказа, в каких ситуациях их можно использовать в профессиональной деятельности журналиста?

30 Какие тактики речевого воздействия используются в риторике?

31 Расскажите об особенностях прямых тактик речевого воздействия?

32 Почему начинающие журналисты предпочитают прямые тактики речевого воздействия?

33 На чем базируются косвенные тактики речевого воздействия?

34 Отметьте их особенности?

3 Самостоятельная работа

Анализ ситуаций:

Цель задания: выработать у обучающихся умения предлагать разные варианты тактик коммуникативного воздействия на собеседника.

Студентам предлагаются определенные ситуации, в которых необходимо подобрать высказывания, используя прямые и косвенные тактики речевого воздействия на собеседника:

Ситуация А

Мама приготовила пирог, который оказался сильно недосоленным. Соли на столе не оказалось.

Представьте разные варианты просьбы подать соль?

Ситуация Б

Вас друг приглашает на вечеринку, на которой компания, присутствующая там, вас не устраивает, но состоит из людей, дорогих вашему другу. Вы вынуждены отказаться.

Каким образом это можно сделать?

Домашние задания:

1 Прокомментируйте те варианты одежды, которые предлагают психологи в методических указаниях «Психологические аспекты общения. Материалы к лекциям» [47]:

Если хотите произвести хорошее впечатление, мужчине следует носить: однотонные костюмы, например, серый с бледно-голубой рубашкой и темно-бордовым галстуком; бежевый костюм с голубой рубашкой; темно-синий костюм с бледной рубашкой; клетчатые костюмы бежевых и неярких тонов. Не следует носить: ничего кричащего; ничего контрастного, например, черных костюмов с белой рубашкой (такое сочетание приемлемо для вечернего костюма).

Женщине стоит носить на работу: костюм с юбкой; костюм с учетом специфики вашей работы; простые туфли на среднем каблуке; пальто, покрывающее вашу юбку и платье; одежду хорошего качества; спортивную одежду хорошего качества (конечно, в специальных случаях – на выезде, а не в учреждении и т.д.

2 О каких речевых тактиках говорится в высказывании лингвиста Дж. Серля:

«К простейшим случаям выражения значения в языке относятся такие, при которых говорящий, произнося некоторое предложение, имеет в виду ровно и буквально то, что он говорит. В таких случаях происходит следующее: говорящий стремится оказать определенное... воздействие на слушающего; он стремится сделать это, побуждая слушателя опознать его намерения с опорой на имеющиеся знания о правилах, лежащих в основе производства высказываний. Известно, однако, что подобная семантическая простота присуща далеко не всем высказываниям на естественном языке: при намеках, выпадах, иронии, метафоре и т. п. значение высказывания, данного говорящего и значение соответствующего предложения во многих отношениях расходятся...».

3 Прокомментируйте слова И. Гете с точки зрения воздействия как базисного фактора речевой коммуникации:

«Нет ничего внутри, ничто не исходит оттуда, поскольку все, что внутри, - снаружи».

4 Поразмышляйте над понятием «журналистский имидж», что оно включает в себя? Что необходимо журналисту для формирования индивидуального имиджа?

4 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.4 Раздел «Социально-ориентированный диалог в журналистике»

На изучение раздела **«Социально-ориентированный диалог в журналистике»** предлагается 16 часов: 2 часа отводится на чтение лекционного материала, 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении этого раздела студентам необходимо решить следующие задачи:

- исследовать сущность понятия диалога;
- рассмотреть разные типы диалога и проанализировать процесс их использования в деятельности журналиста;
- изучить условия эффективного ведения диалога в журналистской деятельности.

2.4.1 Лекционное занятие № 4

Краткое содержание вопросов темы

1 Сущность понятия диалога.

Для журналиста особенно важно различие таких форм разговорной речи, как диалог и монолог. Общение друг с другом, по мнению Л.П. Якубинского (по статье «О диалогической речи», 1923 г.), является по своей сути интерактивным, поэтому естественной формой взаимодействия людей является *диалог*, который в отличие от монолога, определяемого многими исследователями как насильственный метод воздействия на человека, является наиболее приемлемым в условиях равноправия и демократии.

Рассмотрим особенности диалога с целью понимания его сущности.

1 В диалоге *каждое сообщение рассчитано на его интерпретацию собеседником и возвращение к нему в измененном виде* и т.д.

Диалог представляет собой последовательную смену «коммуникативных ролей», благодаря чему проявляется смысл речевого высказывания, происходит обогащение информации, зависящие от включенности участников общения в общий контекст деятельности. Этот процесс, по Г.М. Андреевой, представлен на рисунке 6.

В диалоговом общении эффективность коммуникации проявляется благодаря:

- обеспечению тематической направленности информации;
- наличию двустороннего характера коммуникативного процесса;
- постановке общей речевой задачи общения;
- согласованности и скоординированности речи собеседников, вниманию друг к другу.

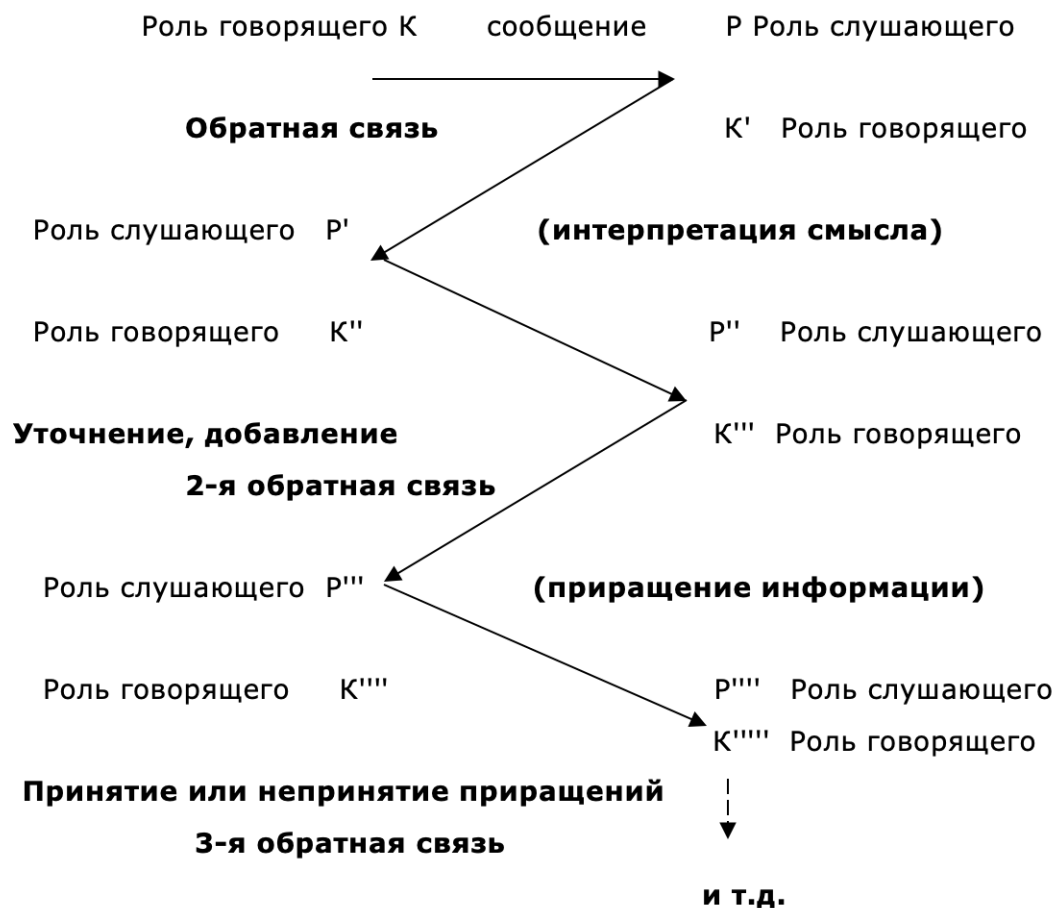


Рисунок 6 - Схема осуществления коммуникативного процесса

Все это обеспечивает, по мнению М.М. Бахтина, понимание смысла того, что говорит другой, ... понимания другой личности [29], что, в конечном счете, может привести не только к изменению поведения другого, но и, по мнению Г.М. Андреевой, создать их общность [2].

2 В диалоге важным является *понимание друг друга*, по М.М. Бахтину [29], что хорошо заметно в интервью, в процессе которого на основе понимания смысла сказанного формируется содержание материала. Пример такого понимания представлен в интервью Т. Юлаевой «Параллельные миры Ольги Окуновой, или Поезд не может уйти без тебя» (см. приложение Д).

3 Журналисту в процессе коммуникации необходимо помнить о том, что собеседник всегда *заявляет о себе как о личности* со своими культурно-нравственными, национальными характеристиками, морально-этическими и

ценностными ориентирами, что позволит журналисту быть объективным и честным в представлении информации.

4 Суть диалога определяется и его *структурой*, которая, по мнению М.С. Кагана, моделируется музыкой, представленной в форме дуэта (трио, квартета), где диалогичность проявляется во взаимодействии составляющих партий [29], что находит свое выражение в следующем:

- диалогу подходит музыкальная импровизация, обладающая способностью порождать новую информацию;
- в диалоге присутствует прямая направленность на слушателя (например, телеканал «Россия 1» направлен на зрителя России, ГТРК «Оренбург» – на зрителя Оренбуржья);
- внутри диалога может быть использован монолог (например, монолог в интервью Т. Юлаевой, представленное в приложении Д).

Сущность диалога хорошо представлена и в структуре диалога (беседы, являющейся диалогическим разбором проблемы), по Сократу, включающей следующие этапы:

- иронию (сомнение в истине);
- майевтику (стремление обрести новое познание);
- индукцию (перебор и рассмотрение разных мнений);
- дефиницию (понятийную фиксацию общего).

Методами майевтики, по Сократу, являются:

- метод скепсиса и иронии: «*Я знаю, что я ничего не знаю*»);
- метод сочетания внутренней дедукции (движения знания от общего к частному) и внешней индукции (переход от единичного к общему).

5 В понимании сущности диалога особое место занимает *поиск единой истины, того нового, что не имело место до диалога*.

Уже в сократовском диалоге, по С.Т. Вайману, мнение ни одного из партнеров не считалось абсолютным держателем истины [15]. Диалог, по мнению Платона, является средством для поиска единой сущности, к которой приходит

человек через мысленное разрешение разных фактов. П. Абеляр также строит диалог по принципу поиска смыслов, благодаря чему и находится истина.

Современный философ Г.С. Померанц рассматривает диалог как разговор, в котором рождается дух Целого (истина) [45]. А. Гжегорчик, считая диалог интерактивным процессом, утверждает, что Целое порождается с помощью взаимодействия ценностями, присущими этосу человека.

Диалог, исходя из такого понимания, представляет собой – «... не простой обмен репликами, а сложное явление – «разговор», когда двое (или более) людей производят, на основе собственных знаний некий общий «смысл», «ценность», непредсказуемые до диалога..., но влияющую на индивидуальную траекторию ... развития каждого из участников разговора» (по Л.Н. Куликовой) [35], что и отражает глубинную суть диалогического общения.

2 Типы диалога, их использование в деятельности журналиста.

В диалогическом общении журналиста, осуществляемом в процессе профессиональной деятельности, встречаются следующие *типы* диалогов.

1 *Фатический диалог* – это обмен речевыми высказываниями, необходимыми для поддержания разговора. Данный тип диалога встречается в высказываниях теле- и радиоведущих, которые с помощью реплик постоянно поддерживают разговор участников встречи (например, Д. Златопольская в программе «Белая студия» («Культура»)) вставляет в нужные моменты разговора такие фразы, как: *обратите внимание, подумайте, согласитесь, что...*).

2 *Собственно информативный диалог*, включающий обмен различной информацией (например, программа «Процесс» (ТК «Звезда)).

3 *Дискутивный диалог*, возникающий при столкновении разных точек зрения с целью воздействия друг на друг (например, ток-шоу «60 минут» («Россия 1»), «Время покажет» («Первый канал») и др.).

4 *Исповедальный диалог* как доверительное общение, выражающее свои переживания и чувства, другими словами это монолог в диалоге (например, ин-

тервью Т. Юлаевой «Параллельные миры Ольги Окуновой, или Поезд не может уйти без тебя», представленное в приложении Д).

5 *Внутренний диалог* как общение с самим собой является достаточно важным для журналиста, во-первых, потому, что создание материала всегда сопряжено с вопросами: о чем писать, как это донести до читателя (зрителя, слушателя), как сделать его понятным; во-вторых, создавая материал журналист должен понимать, что читатель, слушатель, зритель через его материал общается с ним, вступает во внутренний диалог.

6 *Критический диалог* (по В.А. Лекторскому), дающий возможность понять другую точку зрения, пусть даже относясь к ней критически, но принять её сделать её «своей» [37]. Журналисту не следует навязывать человеку свои собственные представления о чем-либо, а необходимо помнить, что существуют позиции, отличные от ваших. Уважение к чужой позиции с установкой на взаимное изменение называется толерантностью, означающей терпимость и снисходительность по отношению к другому человеку, его мыслям и чувствам [37].

7 «*Диалог культур*» исследовали [9; 29] определяли, как взаимопроникновение и взаимообогащение культур, при этом жизнь каждой, по Л.М. Челидзе, «есть не что иное, как её диалог с другими культурами» [29] (например, познавательные программы ТК «Культура», передачи Д. Крылова «Непутевые заметки» («Первый канал»), «Вся Россия» («Россия 1») и др.

2.4.2 Практические занятия № 5-6

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения.

На практическом занятии предлагается студентам обсудить следующий вопрос **«Условия эффективного ведения диалога в журналистской деятельности»**, с кратким содержанием которого они знакомятся самостоятельно.

На сегодняшний день в риторике существует достаточно большое количество различных условий, обеспечивающих эффективное ведение диалога, в том числе и в журналистской деятельности.

Под *эффективностью* ведения *диалога* журналистом понимается достижение им цели общения, приводящей всех участников коммуникативного процесса к согласию. Успех диалога в журналистике во многом зависит от совокупности применения разнообразных средств: языковых аспектов, психологических моментов, внешних условий и т.д.

Остановимся подробнее на тех условиях, которые обеспечивают эффективность ведения диалога журналистом.

1 *Учет индивидуального своеобразия партнеров* – это одно из главных условий успешного проведения диалога.

При вступлении в общение с человеком журналисту необходимо создать его образ, в определенной степени соответствующий его реальной личности с наличием настоящих качеств человека. Здесь следует учитывать его профессию, половую принадлежность, характер, настроение в данную минуту и другое.

Конечно, важно учитывать и внешние составляющие собеседника (жесты, позы, особенности голоса, походку, мимику и т.п.), но это не может быть решающим при составлении образа участника общения. В коммуникативном процессе «моделирование» личности собеседника определяется в большей степени знанием его потребностно-мотивационных особенностей, интересов, целей и т.д. Учитывая это, Б.Н. Лозовский обращает внимание на то, что: «... профессиональные журналисты, прежде чем идти на встречу с очередным собеседником, как правило, стараются узнать все возможное о нем из других источников: пе-

речитывают его книги, если это писатель; беседуют с пациентами, если это врач и т.п.» [28].

Для соблюдения рассматриваемого условия важным является использование в журналистской деятельности такого приема, как «журналист меняет профессию», целью которого является знакомство специалиста массмедиа со сферой деятельности будущего собеседника. При этом журналисту следует помнить об определенных условиях, благодаря которым, по А.А. Леонтьеву, «вживание в роль» будет проходить успешнее благодаря:

- знаниям специфики этой роли;
- знаниям мотивов, обеспечивающих её эффективное выполнение;
- наличию определенных умений и навыков, способствующих исполнению этой роли.

2 Направленность на мир собеседника является важным условием успеха в проведении диалога. Именно благодаря настроенности на другого человека журналист может полноценно представить его внутренний мир. Это позволит ему эффективно организовать свою речь, то есть выстроить её таким образом, чтобы в структуре высказывания присутствовал определенный порядок слов, соблюдались условия семантико-синтаксической организации текста, использовались различные экспрессивные средства выражения мысли, применялись этикетные формы, учитывались разные стилистические единицы и т.д.

Для эффективности применения данного условия журналисту необходимы знания психологии другого человека: его потребностей, ценностных ориентаций, идеалов, интересов, что позволит ему поставить человека в «центр складывающейся у него системы ценностей» (по А.А. Бодалеву) [13; 14]. Такая направленность на другого человека позволит специалисту по-другому посмотреть на собеседника и оценить его.

Конечно, следует констатировать, что уровень положительной настроенности журналиста на собеседника во многом определяется:

- атмосферой беседы;

- поведением гостей;
- ситуацией, предшествующей беседе;
- общей готовностью к встрече;
- определенной палитрой отношений друг к другу;
- гражданской позицией;
- морально-нравственной воспитанностью и т.д.

В ходе встречи журналисту важно помнить и о таких значимых моментах, как:

- внимание к собеседнику;
- память;
- воображение и др.

3 *Коммуникативная заинтересованность* - это условие, обеспечивающее этапы возникновения и эффективного завершения диалога и позволяющее:

- удовлетворить профессиональную потребность журналиста в общении;
- установить равноправие между всеми участниками диалога вне зависимости от их социального статуса, национальной принадлежности, религиозной направленности и т.д.;
- создать благоприятную атмосферу беседы;
- обеспечить благожелательность всех участников общения в отношении друг друга;
- активизировать внимание всех участников встречи;
- обеспечить возможность участия в коммуникативном процессе всех собеседников;
- создать необходимые условия для открытых высказываний говорящих;
- принимать определенные доводы говорящих, координируя смысл каждого высказывания и дальнейшего хода беседы.

На коммуникативную заинтересованность в ведении диалога не оказывают влияния:

- социальная зависимость;

- степень знакомства;
- эмоциональный фон встречи.

4 *Умение слушателя проникнуть в коммуникативный замысел говорящего.* Данное условие очень важно для осуществления журналистской беседы, прежде всего, в связи с тем, что любой слушатель делает большую работу, интерпретируя речь говорящего. Он моделирует услышанное, исходя из:

- соответствия со своими взглядами, мировоззрением, нравственными установками и т.д.;
- соотношения с реальными фактами;
- сравнения со своей линией поведения;
- анализа индивидуальных различий.

Например, сравнивая ход коммуникативного процесса в разных программах телеканала «Культура», построенных на диалоге («Особый взгляд» С. Клебанова, «Белая студия» Д. Златопольской, «Тем временем. Смыслы» А. Архангельского др.), можно заметить особую специфику ведения диалога каждым ведущим, особенности языковой компетенции, включающей в себя:

- выражение смысла высказывания разными способами;
- извлечение смысла из сказанного собеседником;
- применение в речи разных языковых средств;
- использование правильных с точки зрения экспрессивно-стилистической окраски речевых конструкций;
- употребление приемов диалогизации речи;
- прогнозирование экспрессивно-эмотивных реакций участников беседы;
- использование монолога внутри диалога и т.д.

5 *Паритетность в общении* как некий механизм «выравнивания», при котором участники диалога должны:

- общаться на равных;
- учитывать своеобразие друг друга;
- не ущемлять достоинств партнера;

- безоговорочно принимать друг друга;
- видеть в другом человеке некую ценность;
- учитывать индивидуальное своеобразие партнеров;
- ориентироваться на неповторимость каждого с точки зрения видения проблемы;
- уметь находить общий язык и т.д.

Именно это, по А.А. Бодалеву, может привести к взаимообогащению людей, их истинному взаимораскрытию [13; 14] в процессе общения.

6 *Способность говорящего варьировать способ языкового представления события.* Данное условие связано с различным восприятием людей окружающего мира. Журналист в процессе беседы, высказывая свою точку зрения по поводу каких-либо событий, предлагает собеседнику мысль в целом, используя при этом определенный стиль речи, особые экспрессивно-стилистические приемы, конструктивные подходы к созданию предложений и т.д. У говорящего есть собственное видение речевого высказывания, основанное на ряде значимых моментов:

- выбора основного участника речевого действия, определяющегося синтаксической позицией предмета речи (*Волна захлестнула лодку; Лодку захлестнуло волной; Захлестнуло лодку волной*);

- способа подачи материала (использование уменьшительно-ласкательных суффиксов: *ротик, лапочка* и др.; использование конструкций, типа: *страшно то, что...; естественно...; необходимо представить себе* и др.);

- построения высказывания с учетом возможностей его дальнейшей интерпретации собеседником. Ориентация на внутренний мир слушателя с точки зрения возможностей понимания вопросов интервьюера хорошо заметно в интервью Т. Юлаевой, представленном в приложении Д, в котором героиня беседы, осознавая вопрос журналиста, дает удивительные по смыслу ответы.

Языковое представление во многом зависит от:

- темы диалога (например, в передаче «Познер» («Первый канал») используются такие средства авторского представления, которые достаточно сильно отличаются от используемых при обсуждении музыкальных произведений в программе «Сати. Нескучная классика» («Культура») и др.);

- желания собеседников привнести в сообщаемое собственное видение проблемы;

- стремления журналиста донести до собеседника неизвестные ему факты;

- поиска согласия в диалоге и т.д.

7 Соответствие планов и схем речевого поведения собеседников, зависящее от:

- определенного уровня человеческих взаимоотношений;

- социального взаимодействия партнеров по диалогу;

- целенаправленной подготовки разговора;

- специального, заранее продуманного порядка обмена мыслями.

Однако следует заметить, что в процессе беседы (интервью или передачи-диалога) зачастую разговор может повернуть с заранее выбранного пути, что приводит к новому повороту поиска истины в ходе встречи. И это необходимо учитывать журналисту при подготовке материала.

8 Внешние обстоятельства, влияющие на эффективное проведение диалога:

- канал общения (телефонная, SMS или онлайн-связь, письмо в редакцию и т.д.);

- настроение собеседников;

- эмоциональный настрой на встречу;

- атмосфера, необходимая для проведения диалога;

- физиологическое состояние участников общения и т.д.

Здесь важно учитывать разные виды общения:

- контактное (беседы, интервью, диалоги) – дистанционное (например, программы «Вести Оренбуржья» (ГТРК «Оренбург»), «Время покажет» («Первый канал»), в которых используется для общения онлайн-связь);

- непосредственное (журналист с собеседником) – опосредованное (ответно-вопросная форма (на улице, по телефону и т.д.);

- устное (интервью, беседа и др.) – письменное (публикации в прессе).

В разговоре важно учитывать:

- специфику и особенности невербальной коммуникации (см. 2.3.1);

- ориентацию на реплики адресанта для того, чтобы в случае необходимости продолжить их развитие.

9 *Знание говорящим норм этикетного речевого поведения* основано на соблюдении морально-нравственных норм и национально-культурных традиций.

Применение этикетных норм речевого общения предопределяется:

- обстоятельствами беседы;

- стилистикой общения;

- тональностью встречи;

- эмоциональным настроением собеседников;

- уместностью применения встречной реплики;

- четкой вписанностью в контекст разговора.

В речевом этикете журналисту необходимо учитывать следующее:

- использование приветствия и обращения к участнику разговора, зависящих от социальной роли собеседников, степени их близости и задающих тон всему диалогу (например, *здравствуй или здравствуйте, добрый вечер, приветствуем вас* и т.д.); обращение является еще и средством интимизации (понятийной близости во время диалога);

- использование этикетных формул (например, *вы могли бы сказать, вы не скажите, будьте добры (любезны)*);

- поддержание культурной атмосферы общения, что, к сожалению, в современных СМИ зачастую нарушается. Со страниц периодики, с экранов телевизоров постоянно «льются» потоки «лингвистической грязи», показываются откровенно порнографические кадры, фотографии;

- применение разного рода намеков;

- использование встречных реплик, включение которых «по ходу» речи считается в журналистике положительным моментом, показывающим высокую степень эмоциональной степени включенности в диалог участников общения.

Специалисты, работающие в системе массмедиа, должны внимательно относиться к процессу общения с людьми, для чего необходимо формировать свой стиль общения, обеспечивающий творческий подход к строительству своих контактов с разной аудиторией.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

1 Что включает в себя процесс общения журналиста?

2 Почему эффективной формой общения–взаимодействия является диалог?

3 Какие формы разговорной речи вы знаете?

4 Каким должно быть взаимодействие людей в общении, по Л.П. Якубинскому?

5 Чем отличается монолог от диалога?

6 Приведите примеры монологической речи.

7 Что собой представляет полилог?

8 Поясните понятие диалога с точки зрения последовательной смены «коммуникативных ролей».

9 Прокомментируйте схему осуществления коммуникативного процесса (по Г.М. Андреевой).

- 10 Почему для журналиста так необходимо понимание в процессе осуществления диалога с собеседником?
- 11 Поясните, почему журналисту всегда следует помнить о том, что говорящий человек всегда заявляет о себе как о личности?
- 12 Расскажите о структуре диалога по М.С. Кагану.
- 13 Почему философ сравнивает диалог с музыкальным произведением?
- 14 Расскажите о структуре диалога по Сократу.
- 15 Поясните действие каждого этапа сократовского диалога.
- 16 Расскажите о методах и приемах сократовского диалога. Для чего их знание необходимо для современного журналиста?
- 17 В чем заключается сущность понятия диалога? Поясните эту мысль, используя точки зрения разных философов.
- 18 Назовите типы диалога.
- 19 Приведите примеры из журналистской деятельности, подтверждающие значимость разных типов диалога для специалиста массмедиа.
- 20 Что понимается под успешностью диалога?
- 21 Какие факторы способствуют этому?
- 22 Какое условие можно считать исходным для успешного ведения диалога?
- 23 На основе чего создается образ человека в процессе общения?
- 24 Для чего в журналистике используется прием «журналист меняет профессию»?
- 25 Какие условия необходимы для выполнения этой роли?
- 26 Благодаря чему журналист может представить мир слушающего?
- 27 Для чего журналисту необходимо знание психологии другого человека?
- 28 От чего может меняться позиция журналиста в процессе осуществления диалога?

29 Чем определяется уровень положительной настроенности журналиста на собеседника?

30 В чем проявляется коммуникативная заинтересованность журналиста?

31 В чем заключается умение слушателя проникнуть в коммуникативный замысел говорящего. Приведите примеры.

32 Исходя из чего собеседник моделирует услышанное?

33 Какое условие приводит в действие механизм «выравнивания» в общении? Приведите примеры.

34 В чем проявляется способность варьирования способа языкового представления реального события? Приведите примеры.

35 Что еще необходимо журналисту для эффективного ведения диалога наряду с его стремлением сообщить собеседнику факты?

36 Как в журналистике происходит соответствие планов и схем речевого поведения участников диалога?

37 Какие внешние обстоятельства влияют на успешное ведение диалога?

38 Приведите примеры разных видов общения, различаемых в журналистской деятельности.

39 Для чего журналисту необходимы знания норм этикетного речевого поведения?

40 Что необходимо учитывать журналисту в использовании средств речевого этикета?

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Прочитайте отрывок из диалога Сократа с неким Другом, в котором философ выясняет, что есть справедливость:

Сократ. *Послушай же: ведь у меня, так же как и у всех людей, есть правый и левый глаз?*

Друг. *Да.*

Сократ. *И правая и левая ноздря?*

Друг. *Несомненно.*

Сократ. *И рука правая и левая?*

Друг. *Да.*

Сократ. *Значит, когда, говоря об одном и том же, ты одно у меня называешь правым, а другое – левым, то на мой вопрос, что именно ты так называешь, ты ведь можешь ответить: правое – то, что находится справа, а левое – слева?*

Друг. *Да, могу.*

Сократ. *Далее, значит, и когда ты одно и то же именуешь то справедливым, то не справедливым, ты можешь ответить, что именно справедливо, а что – нет?*

Друг. *Итак, мне мнится, что справедливо все, делающееся должным образом и вовремя, то же, что не делается должным образом, несправедливо.*

Сократ. *Мнение твое превосходно. Значит, делающий все эти вещи должным образом и в должное время, поступает справедливо, а тот, кто не делает этого должным образом, - несправедливо?*

Друг. *Да.*

Сократ. *Значит, справедлив тот, кто поступает справедливо, и несправедливо поступающий наоборот?*

Друг. *Это так.*

Прокомментируйте, как Сократ заставляет мыслить других, требуя проверки и доказательства каждой мысли, глубокого продумывания смысла и содержания употребляемых понятий. Поразмышляйте, можно ли использовать такой подход в современной журналистике?

2 Прочитайте мнение философов по поводу диалога, прокомментируйте данные высказывания:

- «Уже в сократовском диалоге мнение ни одного из партнеров не считалось абсолютным, единоличным держателем истины, ни один не верховодил в смысловом пространстве. Не было в диалоге Сократа *«ни торга, ни обмена вроде «я воздействую на тебя, ты - на меня»*. Было как бы **единое синтаксическое поле**: *я – подлежащее, ты – сказуемое, и мы непрерывно меняемся местами*». В ходе такого обмена разрабатывался не только какой-либо узкодисциплинарный вопрос, но главным образом нащупывалась дорога к истине через совместное понимание предмета – взаимопонимание как высшее благо» (С.Т. Вайман) [15];

- диалог – *«это разговор с попыткой понять собеседника, это конец односторонней пропаганды и попытка разговора на равных, попытка убедить и учиться в одно и то же время»* (Г.С. Померанц) [45].

3 Прокомментируйте высказывания известных философов по поводу диалога как поиска нового, «третьей сущности», неизвестной до начала диалога:

- *«В поиске истины в ходе диалога внутреннее «выплывает» постепенно и остается «плавающим в паузах между репликами» до тех пор, пока общим усилием не станет единым, целым, сущностным, достигнутым «без резко выраженной гегемонии одного голоса»* (Г.С. Померанц) [45];

- *«Пока речь находится в состоянии произнесения, к ней может присоединиться еще нечто такое, что будет способно что-либо изменить в её понимании»* (С.С. Неретина);

- *«Оба партнера погружаются в смысловую бездну (проблему) и оттуда, с полярных точек, пробиваются навстречу друг другу», при этом происходит концептуальное «кувыркание» позиций партнеров диалога, в ходе которого вырабатывается обоюдная, совокупная целостность, то общее, к чему привел совместный поиск»* (С.Т. Вайман) [15].

4 Прочитайте интервью В. Бродзкого «Виктор Мережко: «Полеты во сне и наяву» *смотрю раз в два месяца как некую инъекцию душевную*», представленное в приложении Г, и опишите процесс поиска информации журналистом.

5 Журналисту следует учитывать значимость понимания информации, необходимого для её переработки и осмысления. Возьмите любое интервью в печатных или электронных СМИ и проанализируйте его с точки зрения осуществления процесса понимания участниками общения сути разговора.

6 Прочитайте монолог, представленный в интервью Т. Юлаевой «Параллельные миры Ольги Окуновой, или Поезд не может уйти без тебя» (см. приложение Д). Объясните, каким образом журналист смогла «вывести» героиню интервью на пространственный монолог?

7 Прочитайте высказывания философов, прокомментируйте их с точки зрения такого условия успешного общения как *«индивидуальное своеобразие партнеров»*:

- *«Человеческое общение основано на этой глубинной диалектике различия партнеров и их стремления к единству, которое, однако, должно привести не к стиранию этих различий, а к «единству многообразия», как издавна определяли философы гармонию»* (М.С. Каган);

- общение двух людей не отношение *«двух монад, замкнутых в себе, между которыми существует некая предустановленная гармония; скорее это два скрецающихся взгляда, две отталкивающиеся свободы, два партнера, завязывающие диалог»* (М. Дюфрен).

8 Поясните высказывания известных людей с точки зрения их значимости для журналистской деятельности:

- *«каждый стоит столько, сколько стоит дело, о котором он хлопочет»*
(Марк Аврелий);

- *«человек – это сумма прошлого»* (У. Фолкнер);

- *«человек не есть сиюминутная данность, основания для его настоящего в прошлом»* (Б.Н. Лозовский);

- *«вместо того, чтобы стремиться узнать других, мы хлопочем только о том, как бы выставить себя напоказ, и наши заботы направлены скорее на то, чтобы не дать залежаться своему товару, нежели приобрести для себя новый»*
(М. Монтень);

- *«как можно больше требовательности к человеку и одновременно как можно больше уважения к нему»* (А.С. Макаренко);

- *«сформированная в личности направленность на человека способствует успешности общения, выбору наиболее соответствующих особенностям другого человека способов взаимодействия с ним, если в этой направленности проявляется отношение, которое порождает в личности ориентировку прежде всего на положительные качества в другом человеке»* (А.А. Бодалев);

- *«в каждом скрыт бубенчик и если его затронуть, человек зазвучит всем лучшим, что в нем есть»* (А.М. Горький);

- *«мир становится объемнее, полнее, красочнее, люди перестают быть случайными прохожими или попутчиками – они открывают свои души»* (А. Ваксберг).

9 О каком условии успешного общения говорится в этом эпизоде? Прокомментируйте данный пример по отношению к общению с людьми:

Ведущий телепередачи «В мире животных» Николай Дроздов однажды рассказал о том, как долго готовится животное к студийной обстановке: *«Гиена, например, которую я показывал телезрителям, потребовала двухнедельного «общения». Я каждый день ездил к ней в зоопарк. Сначала стоял около клетки, потом в самой клетке. В первые дни я садился на пол, сидел тихо в углу. Возникло «общение на одном уровне, на одной высоте. Животное постепенно перестало бояться».*

4 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.5 Раздел «Публичный монолог в современной журналистике»

На изучение раздела **«Публичный монолог в современной журналистике»** отводится 23 часа, из них: 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- рассмотреть монолог как продукт речевой деятельности журналиста;
- проанализировать особенности теле- и радиоречи как разновидности современного публичного монолога.

2.5.1 Практические занятия № 7-8

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), творческая работа, тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается ряд вопросов, с материалом которых студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопросов предлагается.

Первый вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Монолог как продукт речевой деятельности журналиста**».

Монолог как продукт результат речевой деятельности (по М.Р. Львову) оформляет различные сферы коммуникации, обычно трактуется либо как отрезок речи одного человека, либо как структурный элемент целого текста, обладающего диалогической природой.

С учетом такого подхода к пониманию монолога следует обратить внимание на то, что он характеризуется:

- последовательным изложением связанных по смыслу друг с другом мыслей, соответствующих общему замыслу автора (по Т.М. Николаевой);
- самостоятельным расположением речевых единиц, непрерывностью, относительной развернутостью, большей произвольностью, меньшей зависимостью от собеседника (по В.В. Виноградову);
- единством темы и замысла, относительной законченностью, внутренней структурой, устным или письменным исполнением [49].

Для журналиста значимым является понимание того, что монолог представляет собой определенный текст, отличительными признаками которого, по Л.М. Майдановой, являются:

1 *Целостность*, создаваемая благодаря авторскому замыслу (например, журналистская гипотеза), выявляющаяся путем вычленения его основной мысли. Она определяется следующими компонентами:

- главная мысль сообщения (предмет речи + приписываемый ему признак);
- полное содержание текста, представленное в таблице 6:

Таблица 6 – Общее содержание текста

Основные элементы	Второстепенные элементы, помогающие понять роль событийных и описательных элементов
1 Констатирующий тезис (предикат главной мысли, ставший здесь субъектом мысли + новый признак)	1 Иллюстрации
2 Развивающий тезис (предикат предшествующего тезиса, ставший здесь субъектом мысли + новый признак)	2 Фон к цели выступления
3 Аналитическая оценка ситуации (ситуация, отраженная в констатирующем тезисе, + следствие из нее или признак, отражающий ее значение)	

В монологе выделяются система тезисов, называемая логической схемой текста, и комплекс иллюстраций к ним.

Журналисту предлагается несколько типов логических схем (по Л.М. Майдановой):

- логическая схема описательного типа, где основная мысль: *«Предмет А обладает основным признаком В»* представлена констатирующими тезисами: *«Признак В проявляется (объясняется) в..., (приводит к следствию)»*; такая схема свойственна заметке;
- логическая схема событийного типа с основной мыслью *«Имеет место событие А»* и констатирующими тезисами: *«Это произошло так (потому, име-*

ет такие последствия и т.д.)»); такая схема свойственна заметке, репортажу, корреспонденции;

- логическая схема обобщающего типа, где основная мысль отражает какую-то закономерность, тезисы её объясняют, а событийно-описательные элементы иллюстрируют [49].

2 *Связность*, при которой наблюдается смысловая зависимость каждого последующего предложения от предыдущего. При этом перед нами представлено целостное единство предложений, объединенных смысловыми отношениями, возникающими внутри самого текста. Представим это на примере следующего отрывка:

Котята или щенки охотнее играют с детьми, чем со взрослыми, но ягненку было пока не до игры. Его крохотные черненькие копытца скользили по полу, а в ногах не было никакой силенки. Ведь он как родился, не выпил еще ни грамма молока – откуда же взяться силенкам?

Приведенный текст можно охарактеризовать, как связный. Он, во-первых, состоит из трех предложений: первое является самостоятельным, второе зависит от первого и присоединяется к нему с помощью местоимения (*Его...*), третье предложение скрепляется со вторым с помощью местоимения (*...он...*). Во-вторых, в данном микровысказывании можно определить такой тип модальности, как повествование.

Описание, в котором предметы (явления) изображаются средством перечисления ряда определенных признаков, характерных для них. При этом целостное представление о предмете (явлении) предлагается слушателю (читателю) в начале или в конце описания, основную же часть составляют элементы описания, которые приводятся в порядке их важности, последовательности расположения в пространстве и т.д. Пример текста-описания:

Построить свой дом

...Село Пронькино. Заметно молодеет оно. Появляются новые добротные дома. Сельчане сами их строят. Правление колхоза имени Фрунзе выделяет денежные ссуды, помогает транспортом, если есть возможность – строительными материалами.

За последние пять лет индивидуальными застройщиками возведено 20 домов. Село газифицировано, проложен водопровод. Имея просторное жилье, с удобствами, с надворными постройками, люди не стремятся уезжать из села.

А. Заляза

Рассуждение - такой вид текста, в котором:

- исследуются предметы или явления;
- вскрываются причины;
- анализируются внутренние признаки;
- доказываются определенные положения.

В доказательствах выделяется тезис (основные положения) и суждения (аргументы), обосновывающие правильность тезиса. Пример текста-рассуждения:

P.S. Авария отодвигает ответ и на извечный вопрос «Есть ли жизнь на Марсе?» и может породить версию о возможном вмешательстве в полет аппарата обитателей «красной планеты». Не сбили ли спутник марсиане точечным ударом? Тем же, кто интересуется вопросами инопланетной жизни, рекомендуем прочитать сегодняшний «Клуб любознательных»...

Повествование, содержащее рассказ о событиях ведется в хронологической последовательности; в текстах выделяются основные события, указывается порядок их следования и взаимосвязь.

Пример текста-повествования:

На орбите Марса пропал американский спутник

Нам придется подождать с новостями о марсианской погоде. Первый в мире межпланетный метеорологический спутник «Марс Клаймит Орбитер» потерялся при приближении к «красной планете». Специалисты НАСА винят в случившемся ошибку в компьютерной программе.

Космический робот стоимостью в 125 миллионов долларов приблизился к Марсу около 5 часов утра по вашингтонскому времени. Сработал тормозной двигатель, и спутник ушел из зоны радиосвязи, спрятавшись за планету. Только тут ученые заметили фатальную оплошность. Вместо высоты в 150 километров над поверхностью Марса спутник опустился до 60. Встреча с плотными слоями атмосферы грозила ему досрочным окончанием миссии. Худшие ожидания подтвердились через 25 минут, когда «орбитер» не вышел на связь. По версии ученых, он мог разрушиться и сгореть или даже разбиться о марсианскую поверхность.

Так или иначе, программа освоения Марса, которая должна увенчаться посадкой человека уже через десять – пятнадцать лет, споткнулась.

Андрей Кабанников

В современном журналистском тексте редко можно встретить монолог определенного типа, перед нами сегодня чаще встречаются тексты смешанного типа (см. публикацию в приложении Д).

Второй вопрос, вынесенный на обсуждение: **«Особенности теле- и радиоречи как разновидности современного публичного монолога».**

В современной общественной практике достаточно разнообразно представлена родовая и видовая классификация публичного монолога, что наглядно можно увидеть в таблице 7.

Таблица 7 – Роды и виды современного публичного монолога

А. Род красноречия	Б. Вид красноречия (монолога)
1 Социально-политическое красноречие	Отчетный доклад на собрании (конференции, съезде). Доклад на социально- политические и политико-экономические темы Политическая речь. Дипломатическая речь. Военно-патриотическая речь. Политическое обозрение. Митинговая речь. Агитаторская речь.
2 Академическое красноречие	Лекция вузовская. Научный доклад. Научное сообщение или информация
3 Судебное красноречие	Прокурорская, или обвинительная, речь. Общественно-обвинительная речь. Адвокатская, или защитительная, речь. Общественно-защитительная речь. Самозащитительная речь обвиняемого.
4 Социально-бытовое красноречие	Юбилейная, или похвальная, речь. Застольная речь - тост. Надгробное слово, или поминальная речь.
5 Богословско-церковное красноречие	Проповедь. Речь на соборе.
6 Теле- и радиоречь	Монолог: информация, беседа (одного человека), комментарий, обозрение, обзор. Диалог: интервью, беседа (круглый стол), дискуссия, пресс-конференция, полемика.

Следует отметить, что род в риторике - это установившийся раздел красноречия, характеризующийся общностью предмета, его особенностями устно-публичного разбора, оценки и спецификой их ближайших целей. Вид, который определяется и как жанр ораторского искусства, в пределах рода является дальнейшей дифференциацией по еще более конкретным признакам публичной речи.

Для журналиста важным является знакомство с основными видами *теле- и радиоречи*. Все виды устной речи, исполняемые по радио и телевидению, отличаются некоторыми особенностями.

Выступление по телевидению и радио (обозрение, комментарий, обзор и т.п.) лишено живого общения, которое имеет место в аудитории при беседе, интервью, проведении круглого стола и т.д. При организации монологического выступления необходимо учитывать следующее:

- аудитория ориентируется на первичное восприятие текста;
- аудитория включает в себя людей разных возрастов, культуры, профессий, интересов, увлечений и т.д.;
- встреча с журналистом на экране или по радио чаще всего случайна.

Понимая это, журналисту необходимо учитывать то, что теле- или радиоречь должна быть:

- конкретной и достаточно доходчивой по содержанию;
- непринужденной по тональности (если это не официальное заявление).

Важным при этом является оптимальное сочетание в речи элементов социального и личностно-ориентированного общения:

- имитация двустороннего контакта;
- речевой поток является заранее подготовленным;
- «нейтральность» мелодии главного тона, используемого в речевой интонации;
- четкость в произнесении каждого слова;
- определенная редукция безударных гласных, грамотное соблюдение пауз между словами в рамках обусловленных границ;
- на телевидении ограничивается мимическая деятельность и жестикуляция выступающего;
- соединение в речи правил литературной нормы и ведения непринуждённого разговора;
- сообщение должно целенаправленным, информативным и достаточно

ясным;

- использование принципов диалогизации и интимизации речи.

Телевизионное или радиовыступление во многом зависит от ряда важных принципов, благодаря которым выход в эфир может стать более эффективным:

- принцип разговорности, не требующий развернутости словесного выражения мысли говорящего, приведения определенных аргументов в строгой системе. Иногда правильно используемое сравнение (метафора, намек) может оказать большее влияние на аудиторию, чем точное доказательство;

- принцип динамичности, благодаря которому выступление должно развиваться последовательно, без композиционной расплывчатости, быть четко структурированным и организованным;

- принцип эмоциональности, требующий эмоциональную форму подачи материала;

- принцип информативности, при котором выступление должно быть грамотным с точки зрения информационного представления материала; информация должна содержать новизну (новое о неизвестном; новое об известном; формирование нового отношения к фактам); быть доказательной, опирающейся на эмпирический опыт аудитории, статистику, фактологический материал; нести важную психологическую нагрузку при выборе драматургии выступления;

- принцип логичности, требующий продуманной линии изложения материала, четкую и последовательную его организацию;

- принцип диалогизации, при котором выступающий воспринимается аудиторией как участник двустороннего контакта, выводящего на взаимодействие, а это требует использования особых драматургических и стилистических средств, поэтому ведущему при аргументации собственной точки зрения необходимо предвидеть различные взгляды аудитории на проблему. Такая речь композиционно строится как монолог со структурными элементами диалога, т.е. рассчитана на реакцию слушателей; партнер по взаимодействию

- принцип интимизации, снижающий официальность общения, делающий

его более непринужденным с помощью разговорной экспрессивной лексики, тропов, стилистических фигур, инверсии, риторических вопросов и других конструкций разговорного синтаксиса, фразеологии, а также соответствующей лексики;

- принцип удобства звукового воспроизводства и слухового восприятия, улучшающий понимание и осознание информации и включающий в себя: замену сокращенных слов полными, сложных цитат простым пересказом текста; использование простых предложений в замен сложных; объяснение специальных терминов, малознакомых слушателю; грамотное использование цифр, правильное ударение и интонационное расчленение фразы и др. (по С.И. Бернштейну) [10].

Особенностями выступления в эфире являются:

- требование повышенной четкости и наличия ясности в изложении материала;
- присутствие в речи строгой логической последовательности;
- учет быстро наступающего «порога внимания» у слушателей, ограниченного хронометража;
- отсутствие длинных фраз;
- стремление излагать исключительно факты;
- наличие интриги уже в первом абзаце выступления.

Радио имеет следующие преимущества:

- дешевизна и доступность каждому;
- большой охват и воздействие;
- наличие голоса и музыки;
- заменитель общения;
- интерактивность.

На телевидении важную роль играют:

- внешние данные выступающего;
- умения легко перестраиваться в ходе выступления;

- навыки свободного конструирования текстов, интересных для аудитории;

- умения пользоваться различными невербальными коммуникативными средствами;

- внутреннее спокойствие.

Специфика речи на радио и телевидении во многом определяется жанром, выполняемыми функциями, формой подачи информации, но есть и общие моменты, характерные для эфирного выступления в целом:

- выступающий по радио и телевидению должен сразу «захватить» аудиторию и удерживать ее внимание на протяжении всей передачи;

- необходимо заинтересовать слушателя, прежде всего, воздействуя на его чувства; сделать его важным соучастником разговора, происходящего у микрофона и в кадре;

- достижению коммуникативного и убеждающего эффекта должен способствовать строгий лексический отбор материала;

- односторонность контакта должна компенсироваться другими средствами;

- необходимо учитывать массовость аудитории, разнообразной по социальному составу, возрасту, культуре, полу, образованию;

- должна быть прямая, хотя и опосредованная обращенность к слушателю (зрителю);

- поиск особых форм выражения, рассчитанных на каждого слушателя в отдельности в условиях камерности обстановки;

- выступление должно быть информационно точным.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Дайте определение монолога.

- 2 Чем характеризуется монолог как продукт, результат речевой деятельности?
- 3 Что является отличительными признаками монолога, по Л.М. Майдановой?
- 4 Какими компонентами определяется целостность монолога?
- 5 Что собой представляет главная мысль монологического сообщения?
- 6 Опишите элементы общего содержания текста?
- 7 Что собой представляет логическая схема текста?
- 8 Назовите, какие типы логических схем используются в журналистике?
- 9 Какие жанры журналистики подходят к той или иной логической схеме?
- 10 Охарактеризуйте понятие связности.
- 11 На что членится текст?
- 12 Приведите пример публицистического текста, показав его связность.
- 13 Назовите виды текстов.
- 14 Приведите пример повествовательного текста, докажите, что текст носит повествовательный характер.
- 15 Приведите пример описательного текста, докажите, что текст носит описательный характер.
- 16 Приведите пример текста-рассуждения, докажите, что текст носит характер рассуждения.
- 17 Какие роды красноречия вы знаете?
- 18 Какие виды красноречия существуют?
- 19 Чем отличаются род и вид в риторике?
- 20 При организации выступления по радио и телевидению какие правила следует помнить журналисту?
- 21 Какие принципы необходимо знать журналисту при подготовке выступления по радио или телевидению? Опишите подробно каждый из них.
- 22 Какие особенности выступления необходимо знать радиоведущему?

23 Какие преимущества имеет радио?

24 Что является важным для телеведущего?

25 Назовите общие моменты, характерные для эфирного выступления радио- и телеведущих.

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Прокомментируйте слова Н.Б. Сиговой. Можно ли согласиться с мнением автора? Ответьте на этот вопрос с точки зрения журналистики:

«Монологические высказывания, являясь по существу микромонологами, в реальной речевой ситуации совершаются, как правило, в экстремальных условиях и являются практически неподготовленными».

2 Прокомментируйте слова П. Сопера с точки зрения использования его советов в речи радио- и тележурналиста:

«Вводные замечания должны быть краткими, целеустремленными и интересными, все последующие - свободными от общих мест. Пример вплотную идет за примером, заранее намечены пункты, освежающие внимание. Переход от одного раздела к другому происходит быстро, фразы коротки - не более чем в 20 слов. Слово должно быть насыщено смыслом, обладать ритмом и отличаться образностью. Финал не следует затягивать: он должен состоять из одной-двух энергичных фраз или коротенького примера и ни в коем случае из пространственных выводов».

4 Творческая работа

Студентам необходимо написать монолог для представления его аудитории, методика написания которого дана в методических указаниях Л.В. Анпиловой «Творческая работа студентов по дисциплине «Риторика» [7].

5 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.6 Раздел «Публичное выступление как условие решения коммуникативных задач в профессиональной деятельности журналиста»

На изучение раздела **«Публичное выступление как условие решения коммуникативных задач в профессиональной деятельности журналиста»** отводится 18 часов: 4 часа - на чтение лекционного материала, 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- познакомиться с основными видами публичных выступлений;
- изучить особенности подготовки публичного выступления в журналистике;
- познакомиться с техникой подготовки выступления;
- рассмотреть общие требования, предъявляемые к выступлению в СМИ.

2.6.1 Лекционные занятия № 5-6

Краткое содержание вопросов темы

1 Виды публичных выступлений.

Публичное выступление в журналистике - это выступление, например, ведущего теле- или радиопрограммы перед аудиторией.

Существует много классификаций публичных выступлений. Рассмотрим две из них.

I *Виды публичных выступлений по цели*, в основу которых положено общее представление о достигнутом в процессе выступления результате. Подобная классификация строится с учетом жанров публичного выступления.

Выделяют четыре вида таких публичных выступлений:

1 Информационное (научный доклад, сообщение, лекция, инструкция, объявление), цель которого заключается в сообщении информации, предоставляющей интересные сведения о каком-либо предмете.

2 Протоколно-этикетное, применяемое при официальных приветствиях, поздравлениях людей, оценки заслуг человека; во вступительном (заключительном) слове на мероприятии, речь на разного рода митингах и др.), цель которого состоит в соблюдении некоторого общепринятого ритуала, протокола, этикета, традиций общения в определенной официальной ситуации. Основными требованиями к таким выступлениям являются:

- краткость;
- воодушевление слушателей;
- энергичность и эмоциональность;
- отсутствие спорного момента, вызывающего несогласие;
- произнесение наизусть; и
- пробуждение благородных чувств (восторга, благодарности, привязан-

ности, восхищения и др.);

3 Развлекательное (неофициальные тосты, речи на банкетах, смешных случаях из жизни, рассказы об интересных происшествиях и др.), цель которого заключается в развлечении собравшихся, в возможности приятно провести время. Основными правилами подготовки развлекательных выступлений являются:

- бесконфликтность;
- удержание внимания слушателей;
- краткость, но неоднословность;
- преобладание юмора;
- эффективность использования примеров из личной жизни рассказчика или гостей;

- присутствие иронии и самоиронии;
- содержание преувеличения, сравнений и метафор;
- произнесение наизусть и т.д.;

4 Убеждающее (выступления в разного рода дискуссиях, рекламные, предвыборные, агитационные и др.), целевая установка которого состоит в убеждении кого-либо. Подробнее об этом виде выступления будет рассказано в разделе 9.

Иногда выступления имеют комплексный (смешанный) характер, исходя из сочетающихся друг с другом целей.

II *Виды публичных выступлений по форме.* Рассмотрим такие виды выступлений в СМИ:

- лекция - учебное, научное (научно-популярное) выступление специалиста (журналиста), раскрывающее какую-то определенную тему (например, очерки Д. Крылова «Непутевые заметки» («Первый канал»); программа «Вся Россия» («Россия 1»); религиозно-просветительская программа «Слово пастыря»; цикл передач «Исторические хроники» с Николаем Сванидзе (Россия 24); культурно-просветительский журнал «Мусульмане» («Россия 1») и др.); научно-популярные лекции на определенные темы читаются для широкого круга

слушающих, по длительности они обычно занимают от 20-30 мин до 1-1,5 часов; в лекции все должно быть логично, понятно и объяснено для слушателей (зрителей);

- доклад на определенную тему (научные, производственные, политические и др.) - сообщение, достаточно развернутое, раскрывающее важную общественно-политическую (научную) проблему, рассматривая её историю, подробно и всесторонне её анализируя, глубоко оценивая разные точки зрения в её представлении (например, цикл передач «Атланты. В поисках истины» («Культура»), программа «Галилео» (СТС) и др.); по времени доклады могут занимать от 10-15 мин до 2-3 часов;

- сообщения – это выступления по отдельному вопросу, являющиеся небольшими по времени (5-10 минут); встречаются в информационных программах ТВ: «Новости» («Первый канал») «Сегодня» (НТВ) и др.; в печатных СМИ (например, заметки); сообщения обычно короткие, содержащие конкретную информацию, производимую разными выступающими с целью совместного раскрытия какой-нибудь серьезной проблемы;

- выступление – краткое (3-5 минут), заранее подготовленное сообщение для обсуждения разных сторон проблемы (например, в телевизионной программе: «Хочу знать» с Михаилом Ширвиндтом» («Первый канал»); тема выступления может быть выбрана как заранее, так и сформулирована в ходе обсуждения вопроса;

- беседа - развернутый, заранее продуманный выступающим диалог со слушателями, включающий как его собственные монологи, так и предполагающий наличие вопросов со стороны аудитории, анализ и комментарий ответов со стороны участников (например, программы «Судьба человека («Россия-1»), «Мой герой» («ТВЦ»), «Дачные истории с Татьяной Пушкиной» («Загородный» и т.д.).

2 Особенности подготовки публичного выступления в журналистике.

В античной риторике были разработаны основные требования, предъявляемые к публичной речи. Механизм облечения мысли в слова составил основу риторического канона - модели построения речи, благодаря которой осуществляется раскрытие темы выступления, эффективное решение поставленных целей.

Античный риторический канон предлагал следующую схему риторических действий при составлении текста:

- нахождение материала;
- его правильное расположение;
- его украшение;
- запоминание текста;
- его произнесение.

Риторическая модель, используемая при построении текста, помогает журналисту найти:

- определенный стиль текста, соответствующий той сфере деятельности, для которой он создается;
- необходимые языковые и коммуникативные средства, обеспечивающие эффективность использования устной формы речи.

Остановим свое внимание на следующих этапах риторического канона.

1 *Подбор материала* - этап, требующий ответа на вопрос: «*Что сказать?*» (*инвенция*).

Именно риторический канон предлагает использовать журналисту систему внутренних «общих мест», составляющих «каркас» будущей темы и помогающих развернуть идею и сам предмет речи:

- род и вид (например, в журналистике «очерк» (проблемный, путевой и портретный) как определенный вид текста идет к родовому понятию «публицистический жанр»);

- определение – представление в соответствии с темой и целью автора содержания предмета речи;

- целое – часть, помогающие выделить значительные части предметов (например, наиболее яркие детали);

- сравнение - это модель, показывающая сходство между предметами, и находящая его отражение в тексте;

- противопоставление, построенная на нахождении различного между предметами речи;

- свойства идеи, служащая для её размножения за счет описания;

- имя, связанное с происхождением слова, обозначающего предмет речи;

- обстоятельства, описывающие условия, при которых происходило то или иное действия (например, описания жилища, природы, атмосферы и т.д.);

- причина – следствие - модель, концентрирующая внимание на отношениях между явлениями, существующими в мире, и отдельными фрагментами в тексте (например, *«если... то...»*);

- логика повествования, показывающая последовательное развертывание предмета речи во времени и пространстве.

К внешним «общим местам» относятся сведения, необходимые журналисту для полноценного раскрытия темы:

- титулы, должности, звания;

- цитаты;

- исторические и библиографические справки;

- статистические данные;

- свидетельства очевидцев;

- мнения специалистов и т.д.

Эти сведения журналист обычно получает из дополнительных источников.

Обращение специалиста массмедиа к «общим местам» является естественным для него, так как он стремится интересно и убедительно рассказать

об увиденном, создавая тематически развернутый текст.

После этапа инвенции, обеспечивающего подбор материала, журналист переходит к следующему этапу – его оформлению.

2 Синтаксическое развертывание и оформление материала – этап, требующий ответа на вопрос: «Где сказать?» (диспозиция).

Композиция публичного выступления традиционно имеет три части:

- предисловие (введение), являясь обязательным, включает цель выступления, подводит аудиторию к существу дела. В нем речь может идти о месте, времени, характере и свойствах предмета (явления). Вступление должно быть ясным и кратким. Различают две части вступления: зачин, необходимый для завладения первичным вниманием аудитории, и завязку – подход к теме;

- основная часть содержит большое количество фактического материала, информирующего и убеждающего слушателей;

- заключение, в котором выступающий подводит итог выступления, резюмирует все то, о чем говорилось в предыдущих частях.

Для журналиста является важным знание общих закономерностей создания текста, выводящих автора на проявление индивидуальности при его создании.

2.6.2 Практические занятия № 9-10

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), творческая работа, тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается ряд вопросов, с материалом которых студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопросов предлагается.

Первый вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Техника подготовки выступления**».

Остановимся на основных моментах техники подготовки публичного выступления.

Прежде всего, техника подготовки выступления включает ряд правил, благодаря которым данный этап будет считаться успешным:

- правило № 1: выдели время для подготовки речи;
- правило № 2: работай систематически, обдумывая последовательность всех этапов работы.

Необходимо знать пять заповедей искусства речи, оставленных Гамильтоном:

- понять смысл того, о чем следует говорить;
- упорядочить свои мысли;
- облечь мысли в слова и украсить их красивым слогом;
- запомнить свои мысли и ход их представления;
- правильно и достойно их изложить.

Подготовка речи включает десять этапов (рабочих шагов):

1 Сбор материала на перспективу помогает журналисту не только иметь представление о предмете, о котором пойдет конкретная речь, но и поможет постоянно расширять свои знания с помощью разветвляющегося сбора данных. Сегодня имеется большое количество самых разнообразных источников, помогающих журналисту собирать материал.

2 Отбор материала и его организация должны быть строго ориентированными на тему речи. При этом для журналиста должна быть очевидна из взаимосвязь: уже при отборе материала для выступления должен продумываться способ его организации, необходимой для эффективной подачи его аудитории.

3 Обдумывание материала, так называемый «инкубационный период», к которому следует отнести:

- проверка имеющихся фактов;
- уточнение своих мыслей;
- их упорядочивание и варьирование.

Данный этап включает несколько указаний для работы над публицистической речью:

- концентрация только на одной мысли в данный момент, отключение от мыслей посторонних;
- представление будущих слушателей (составление «портрета аудитории»);
- уточнение главной мысли;
- выделение наилучшего времени для работы, которое у каждого различно.

Внутренними предпосылками плодотворной подготовительной работы являются:

- самоопрос, активизирующий мысль;
- чередование состояний - размышление вслух и прослушивание «внутреннего голоса», ведущего к прояснению мысли;
- систематическая работа над текстом выступления, включающая правильное расположение его частей, четкую организацию материала и тщательную разработку формулировок.

4 Первая редакция ключевых слов (предварительная редакция) отмечает все смысловые элементы выступления; отделяется первостепенное от второстепенного, подыскиваются все новые формулировки для выражения мысли.

5 Формулирование всех композиционных частей текста.

6 Их стилистическое оформление.

7 Общий контроль, включающий последнюю риторическую подготовку, состоящую из шлифовки текста. Обращается особое внимание на уравнивание

ность пропорций отдельных разделов речи, проверяется аргументация, связки, главные положения, устанавливается второстепенное в речи.

8 Вторая редакция ключевых слов (окончательная редакция) – это окончательная упорядоченность текста. Ключевые слова, имеющиеся в распоряжении, в любом случае придают уверенность выступающему.

9 Мысленное освоение (усвоение речи на память) как процесс внутреннего обучения, а не поверхностного заучивания наизусть. Хорошо зарекомендовала себя при запоминании следующая техника:

- запоминание основных мыслей (целевых высказываний);
- усвоение плана речи (ее структуры);
- запоминание частей конспекта;
- многократное чтение.

10 Риторическое освоение - пробное произнесение речи, при котором определенное игровое пространство отводится импровизации.

Второй вопрос, выносимый на обсуждение на практическом занятии:
«Общие требования к выступлению в СМИ».

К любому публичному выступлению, в том числе и в СМИ, представленному в разных жанрах и формах, предъявляются общие требования:

- четкое и понятное для слушателей начало выступления, хорошо продуманное, заранее подготовленное и хорошо выученное;
- драматизм выступления - это особое напряжение, намеренно создаваемое при столкновении разных точек зрения выступающего и любого другого субъекта, имеющего авторитет;
- сдержанная эмоциональность выступающего, говорящая о небезразличном отношении к тому, о чем говорится в речи; при этом журналисту следует в большей степени обращать внимание на факты, вызывающие эмоции у слушателей, нежели самому проявлять излишнюю эмоциональность;
- краткость выступления, придающая информации большую четкость;

- диалогичность со слушателями, строящаяся на основе действия вопросно-ответной системы, помогающей журналисту быстро реагировать на реакции и поведение аудитории;

- разговорность, что придает выступлению характер непринужденной беседы;

- установление и поддержание контакта с аудиторией во время выступления: взгляд на аудиторию; оценка ее реакции, в зависимости от которой и происходит внесение изменения в выступление; демонстрация приветливости и дружелюбия; диалогичность в общении; постоянная готовность выступающего к вопросам от слушателей и т.д.;

- понятность главной мысли, переданная словами не менее двух-трех раз в ходе выступления;

- решительный конец выступления должен быть кратким, ясным, понятным и заранее продуманным.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

1 Что понимается под публичным выступлением?

2 Перечислите виды публичных выступлений, различающихся по цели?

3 Что является основным критерием выбора при их определении?

4 Что собой представляют информационные выступления? Приведите примеры.

5 Что собой представляют протокольно-этикетные выступления? Приведите примеры.

6 Расскажите о специфике развлекательных выступлений. Приведите примеры.

7 Что собой представляет убеждающее выступление? Приведите примеры.

8 Расскажите о видах публичных выступлений по форме.

9 Расскажите о наиболее распространенных формах выступлений в СМИ.

Приведите примеры.

10 Какой механизм был разработан еще в античной риторике?

11 Какое название он получил?

12 Для чего журналисту необходимо знать специфику и особенности риторического канона?

13 Какова схема античного риторического канона?

14 Какие этапы включает в себя риторический канон?

15 Что собой представляет инвенция с точки зрения риторического канона?

16 На какой вопрос отвечает данный этап риторического канона?

17 Какие «общие места» предлагает использовать риторический канон при создании текста выступления?

18 Поясните суть каждого внутреннего «общего места»?

19 Приведите примеры использования внутренних «общих мест» в журналистском выступлении.

20 Что по риторическому канону относится к внешним «общим местам»?

21 Приведите примеры использования внешних «общих мест» в журналистском выступлении.

22 Какой этап риторического канона следует за инвенцией?

23 Что собой представляет этот этап и на какой вопрос отвечает?

24 Какова традиционная композиция текста?

25 Что собой представляет предисловие (введение) к выступлению? Приведите примеры.

26 Что включает в себя основная часть выступления? Приведите примеры.

27 Для чего оратору необходимо заключение в выступлении?

28 Какие правила включает в себя техника подготовки выступления?

29 Какие заповеди искусства речи оставил Гамильтон?

30 Сколько рабочих шагов (этапов) включает в себя тщательная подготовка выступления? Расскажите о каждом из них.

31 Какие общие требования предъявляются к публичному выступлению?

32 Поясните каждое из них с учетом примеров из журналистской практики.

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Многие ораторы выделяют мало времени для подготовки к выступлению. Прокомментируйте предлагаемые вам ответы с точки зрения подготовки выступления в журналистской деятельности:

- один государственный деятель, которого спросили, сколько времени ему необходимо для подготовки речи, ответил так:

«Если для произнесения речи мне отведено 10 минут, то нужна неделя. Если в моем распоряжении один час, то потребуется два дня. Если же я располагаю неограниченным временем, то могу говорить сейчас же»;

- Клаус Хармс был известным проповедником. На вопрос о том, сколько времени ему потребовалось для подготовки знаменитой проповеди, он ответил: *«Ровно сорок лет».*

2 Прокомментируйте слова Гете, написанные Шиллеру в мае 1798 г., с точки зрения использования их в журналистике при подготовке материала:

«Чрезвычайное обилие материалов, которыми я располагаю, привело бы меня в отчаяние, если бы не большой порядок, в котором я содержу бумаги, это позволяет мне ежечасно повсюду принимать решительные меры, каждый час использовать соответственно обстоятельствам и двигать вперед одно за другим».

3 Поясните, что имеется в виду в следующих высказываниях известных людей:

- *«Для оратора блокнот - то же самое, что для рыбака сеть»* (Кассон);
- *«Он неустанно делал записи - при чтении, разговаривая с другими и даже с самим собой (!); эти записи как сырье он перерабатывал для своих речей и из этого сырого материала формировал рукопись»* (Карло Шмид о Курте Шумакере);
- *«Оратору нужно гораздо больше строительного материала, чем впоследствии он употребит»* (Киллиан);
- *«С духовной пищей получается так же, как с едой: мы питаемся не тем, что съедаем, а тем, что усваиваем»* (Вальтер Винклер);
- *«Не довольствуйся ни мыслью, ни выражением в той форме, в которой они предстают тебе впервые, но стремись к улучшению их более и более»* (Гамилтон);
- *«Может пройти час, пока я отыщу наилучшее завершение фразы»* (Шиллер);
- *«Желающий что-либо сказать не спешит. Он выделит себе время и выскажется в одной строке»* (Эрих Кестнер).

4 Творческая работа

Подготовьте одно из публичных выступлений по выбору:

1 Выберите любимую вами вещь (книгу, мяч, платье и т.д.) и произнесите поздравительную речь в её адрес по поводу, например, юбилея.

2 Вам поручили на встрече американской делегации преподавателей и студентов, которая приехала в ваш университет, рассказать за 2 минуты о вашем университете (его основных достижениях, факультетах, чем ваш вуз отличается от других вузов и т.д.).

3 Вас пригласили на фестиваль риторики, на котором студенты университета будут соревноваться в ораторском искусстве. Вам предлагается за 1 минуту произнести приветственную речь на открытии этого фестиваля, включающую рассказ о значимости риторики в жизнедеятельности человека.

4 Составьте речь, с которой вы выступите на открытии памятника любимому мультипликационному герою (например, Волку и Зайцу из мультфильма «Ну, погоди», Чебурашке и крокодилу Гене и т.д.).

5 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине даны в системе «Аист». Тестирование проводится по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.7 Раздел «Риторические средства выражения и их использование в тексте»

На изучение раздела **«Риторические средства выражения и их использование в тексте»** отводится 14 часов: 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- рассмотреть особенности использования риторических средств выражения на этапе элокуции;
- познакомиться с сущностью понятия тропа;
- исследовать разновидности риторических фигур.

2.7.1 Практические занятия № 11-12

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), творческая работа, тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается ряд вопросов, с материалом которых студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопросов предлагается.

Первый вопрос, вынесенный на обсуждение **«Использование риторических средств выражения на этапе элокуции».**

Этап *элокуции*, на котором происходит процесс облечения мыслей в слова, является продолжением двух первых частей риторического канона - инвенции и диспозиции, представленных в разделе 2.6. Элокуция считается значимым этапом построения речевого высказывания, представленного в тексте.

Рассматриваемый этап риторического канона выполняет ряд функций.

1 *Отбор слов для выражения мысли* – функция, включающая, во-первых, два основных момента: перевод мыслей в слова и использование в тексте определенных тропов и фигур; во-вторых, работу в тексте с различными грамматическими формами и конструкциями.

2 *Характеристика стиля* – функция, позволяющая отобрать в соответствии со стилем и жанром определенные языковые и речевые средства, необходимые для украшения речи, создания большей яркости и своеобразия.

3 *Использование риторических средств* - функция, необходимая для построения речи и позволяющая сделать содержание речи более наглядным и убедительным, тем самым обеспечивая активное её влияние на аудиторию.

Риторические средства выражения, включающие тропы и фигуры, об-

ладают рядом особенностей:

- они имеют разную ценность и потому степень их использование в тексте различна;
- эти средства не должны использоваться в одном выступлении все вместе;
- их использование в тексте выступления (публикации) позволяет наиболее образно выразить собственную мысль, сделать более ярким впечатление от выступления, создать большую выразительность и наглядность, остановить внимание на значимых местах текста, обеспечить лучшее усвоение смысла сказанного.

Второй вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Сущность понятия тропа**».

Троп, предназначенный для создания определенного образа, означает перенос названия с рассматриваемого предмета (явления) на другой, связанный определенными смысловыми отношениями с первым.

К тропам традиционно относят *метафору, метонимию, синекдоху, эпитет, сравнение*.

Метафорой называется перенос названия одного предмета на другой на основании сходства:

- формы (*крыло птицы – крыло самолета*);
- расположения (*хвост зайца – хвост поезда*);
- цвета (*белок яйца – белок глаза*);
- характера движения (*гусеница – гусеница трактора*);
- функций (*дворник – дворник на ветровом стекле*) и т.д.

Выделяют два основных типа метафоры:

- *когнитивная*, которая отражает у соответствующих предметов реальную или приписываемую им общность (у слова «стена» есть два значения: прямое (*вертикальная часть здания*) и переносное (*сомкнутый ряд людей в кулачном*

бою);

- *образная*, которая создает определенное зрительное впечатление о предмете и несет некие экспрессию и оценку (у слова «звезда» есть следующие значения: прямое (*небесное тело*) и переносное (*знаменитый человек*)).

Оценка метафоры в журналистском тексте выступления или публикации зависит от степени ее оригинальности и новизны.

Разновидностью метафоры является *олицетворение* - приписывание неодушевленному предмету качеств (действий), присущих человеку, что достаточно часто встречается в поэзии:

*Буря мглою небо кроет,
Вихри снежные крутя,
То, как зверь, она завоеет.
То заплачет, как дитя (А.С. Пушкин)
И звезда с звездою говорит (М.Ю. Лермонтов)
И стоит себе лес, улыбается (Никитин).*

Синекдоха – это такой перенос значения слова, благодаря которому целое выявляется через свою часть:

*Швед, русский колет, рубит, режет (А.С. Пушкин)
И слышно было до рассвета, как ликовал француз (М.Ю. Лермонтов)
Эй, борода, а как проехать отсюда к Плюшкину? (Н.В. Гоголь)*

Выделяются следующие разновидности синекдохи:

1 С расширением значения (слово «язык» со значениями:

- орган в полости рта [42];
- человек (используется в разведке: «*взять языка*»).

2 С сужением значения (слово «норка» со значениями:

- хищный небольшой зверек;
- мех этого зверька («*шапка из норки*»).

В журналистском тексте зачастую синекдоха необходима для представления части целого: «*Их мечта - Москва, диктующая законы всему миру*», где

Москва обозначает всю Россию. При этом предполагается, что слушающая (читающая) аудитория понимает, о чем идет речь.

Метонимия – перенос названия с одного предмета (явления, действия) на другой на основе их смежности (например: *Я прочитал всего Чехова; Я очень люблю Айвазовского, Чайковского и т.д.; «Соседушка, послушай, еще тарелочку откушай»* (в басне И.А. Крылова «Демьянова уха»).

Типичные примеры метонимии представлены в ряде соотношений:

- творение и творец (*читать Пушкина* (вместо: произведения Пушкина);
- носитель признака и признак (*«Если бы молодость знала, если бы старость могла!»* (вместо: молодые люди ... старики);
- предмет и материал (*важная бумага из управления* (вместо: документ (на бумаге);
- содержимое и содержащее (*газета ошибается, говоря...* (вместо, автор статьи в газете ошибается, говоря...);
- действие и его результат (*это хорошая классификация* (вместо: это хороший результат классификации);
- место жительства и жители (*страна ликует* (вместо жители страны) и др.

Сравнение как троп включает в себя подбор предмета сравнения, необходимый для представления более яркой характеристики предмету.

Посмотрим на некоторые сравнения, представленные в журналистских текстах:

- *огромная Южная Африка имеет всего 1,1 млн. жителей (это даже не достигает числа жителей Гамбурга);*
- *Конго больше Западной Германии, и число жителей составляет всего 1/4 западно-германского населения;*
- *«Это как бег наперегонки между зайцем (строительством дорог) и ежом (автотранспортом). Еж все время кричит «А я уже здесь» и др.*

Эпитет – такое определение, которое придает мысли определенную образность, эмоциональность и выразительность, подчеркивая один из признаков

предмета:

- *чистое поле, темные леса, зеленые луга, красная девица, добрый молодец, светлая горница* и пр. (в фольклоре);

- *Отговорила роща золотая*

Березовым веселым языком (С. Есенин) (в поэзии);

- *знаменитый театр, плохое состояние, зимний травматизм* и др. (газета «Южный Урал» № 8 (253555) от 23.02. 2021 г.) (в публицистике).

Третий вопрос, вынесенный на обсуждение: **«Разновидности риторических фигур».**

Фигура - определенная словесная конструкция, позволяющая оформить мысли говорящего с точки зрения придания им особой формы и представления хода их изложения.

Различают четыре разновидности риторических фигур.

1 *Фигуры выделения* основаны на сопоставлении слов в фразе, чаще всего они представлены в разных видах повторов. Они имеют следующие разновидности:

а) анафора - повторение в начале предложения одного и того же слова или группы слов (*«Самое главное в любви - это чувства. Их надо ощущать. Их надо понимать...»*);

б) эпимона - повтор грамматических форм слова (*«Платить за качество товара им необходимо в несколько раз больше, чем в магазине. Но платят, так как это необходимо»* (из газеты);

в) повтор, имеющий целевую установку на выразительность, ритмику текста, включенность в систему риторических фигур. Существует несколько классификаций повторов.

Первая классификация включает в себя следующие разновидности повторов:

- лексический повтор - повторение заголовка, отдельного слова (слов) в

тексте:

*Девушка пела в церковном хоре
О всех усталых в чужом краю,
О всех кораблях, ушедших в море,
О всех, забывших радость свою (А. Блок);*

- морфемный повтор (повторение разных частей слова (корней, суффиксов), это создает рифму в текстах:

*От ликующих, праздно болтающих,
Обагряющих руки в крови,
Уведи меня в стан погибающих
За великое дело любви (Н.А. Некрасов);*

- синтаксические повторы (параллелизмы), подчеркивающие особую ритмику речи, придающие её определенную эмоциональность, напевность, что, безусловно, усиливает впечатление. Повторы встречаются и в диалогах СМИ:

- *Что для нас значимо, нужно и важно?*
- *Вода!*
- *Ценим ли мы эту драгоценность, бережем ли её?*
- *Нет* (из газеты).

Разновидностью повторов являются:

- анафора – единоначатие:

*Я не знаю, где граница
Между Севером и Югом,
Я не знаю, где граница
Меж товарищем и другом (М. Светлов);*

- эпифора – концовка:

*Милый друг, и в этом тихом доме
Лихорадка бьет меня.
Не найти мне места в тихом доме
Возле мирного огня! (А. Блок);*

- полисиндетон - повтор союзов:

*Ох! Лето красное! любил бы я тебя,
Когда б не зной, да пыль, да комары, да мухи... (А.С. Пушкин);*

- семантический повтор – использование в тексте близких по смыслу слов:

«Ловят слонов так. Примечают тропу, по которой они ходят либо на водопой и купанье, либо в любимые им банановые кущи. Охотники строят поблизости из толстых бревен загон. В поимке лесных собратьев участвуют и ручные слоны» (из газеты).

По второй классификации выделяются следующие повторы:

- дословный повтор (например, в своем выступлении 19 мая 1940 года Черчилль произнес следующее: *«Если мы не победим, победить мы должны, мы победим непременно!»*);
- удвоение слов, например, с целью усиления: *«никто, никто не может это сделать!»*;
- варьируемый повтор – это повторение содержания, но в новом словесном оформлении;
- частичный повтор (*«Я сказал это ему один раз, я сказал это и во второй раз»* (из выступления));
- расширенный повтор - повтор с включением новых слов (*«Мы, не участвующие в этом, не участвующие осознанно, все же остаемся сторонниками того, что ...»*) и т.д.

2 Фигуры синтаксиса, включающие:

- а) инверсию - перестановку слов, которая позволяет журналисту сделать акцент на определенном слове, придающий особую стилистическую окраску

высказыванию («*В натуре же это из стали кованный инструмент принуждения*»; «*Дорога в гору укачать как следует путников не успевает*» (из газет);

б) антитеза - фигура, в основе которой лежит резкое противопоставление контрастных понятий. Она чаще всего представлена антонимами:

Как медлит время, когда мы спешим,

И как оно спешит, когда мы медлим! (М. Лисянский)

Антитеза встречается:

- в названиях произведений («*Толстый и тонкий*» А.П. Чехова, «*Живые и мертвые*» К. Симонова, «*Война и мир*» Л.Н. Толстого и др.);

- в заголовках газет («*Маленький повод для большой истории*», «*Большой человек небольшого роста*», «*Маленькая репетиция большого празднования*» и др.).

К разновидностям антитезы относятся:

- антифразис, связанный с ироническим переосмыслением значений слов (*О, какой красавец!* - о некрасивом человеке; *Какие мы благородные!* - о человеке, который совершил подлость);

- энантиосемия - противоположность значений одного и того же слова (слово *бесценный* в значениях: имеющий очень высокую цену (*бесценная картина*), не имеющий никакой цены (*купил за бесценок* (дешево));

- антитезы-парадоксы («*Можно встретить старика лет двадцати - и юношу в пятьдесят*» (А.И. Герцен);

- оксюморон - соединение несоединимого, противоположного («*Живой труп*» (Л.Н. Толстой), *убогая роскошь наряда* (Н.А. Некрасов), *смех сквозь слезы* (Н.В. Гоголь) и др.);

- антиметабола выступает в качестве добавочного признака;

- амплификация - фигура, состоящая в накоплении синонимов («*А через какое-то время в руках у меня уже совершенно послушный и кроткий зверь*»).

3 *Фигуры речемыслеительные* определяются ходом мысли говорящего и появляются в речи в ответ на реплики участников общения. К ним относятся:

- перифраза – это выражение, помогающее избежать тавтологии: *царь зверей* вместо *лев*;

- ирония встречается в публицистических текстах, выступая в роли авторской оценки («*Острота освещает глубже, чем трагическая серьезность*»). Юмор, нечаянные шутки, насмешки являются хорошей приправой к горькой действительности.

- уподобление - сравнение одного факта с другим, несущее дополнительную информацию, раскрывающую мысль говорящего. Например, сравнение дороги, по которой идут слоны, с театром.

4 *Фигуры, выражающие эмоции*. К ним относятся:

а) риторический вопрос - вопрос, не требующий прямого ответа, что позволяет домысливать происходящее. Они достаточно разнообразны:

- не всегда имеют адресата: «За что?» Л.Н. Толстого, «Кто виноват?» А. И. Герцена;

- не требуют ответа: «*О чем ты говоришь, судья покорный?*»;

- иногда они уже содержат в себе ответ: «*Кто не знает дядю Степу?*»;

- адресат такого вопроса бывает очень широк, несмотря на то, что назван конкретно: «*Ты помнишь, Алеша, дороги Смоленщины?*» (К. Симонов);

- они могут быть провокативные (например, гоголевский вопрос «*Знаете ли вы украинскую ночь?*», предполагает ответ: «*О, вы не знаете украинской ночи*»), осуществляющие вариативность семантических ходов;

б) риторическое ответствование, при котором выступающий задает себе вопросы и сам же на них отвечает:

«*Осталось ли место этим животным в большой, но крайне перенаселенной стране, где пашня год от года теснит леса? В Дели мне дали справку: «В Индии сейчас примерно пятнадцать тысяч диких слонов и пять ручных»* (из газеты);

в) риторическое восклицание, при котором никто никого ни о чем не спрашивает, здесь существует сама собой разумеющаяся реакция:

*О, весна без конца и без краю -
Без конца и без краю мечта!
Узнаю тебя, жизнь! Принимаю!
И приветствую звоном щита! (А. Блок);*

г) риторическое обращение есть знак, сигнализирующий об отношении говорящего к слушателю, которая диктуется общей атмосферой их взаимоотношений. Например, Цицерон в трактате «О природе богов» обращается к Бруту («Как ты знаешь, Брут...»).

Риторические средства выражения (тропы и фигуры) выполняют разнообразные функции в тексте:

- обеспечивают раскрытие авторского замысла и представления его «я»;
- привлекают внимание аудитории и активизируют его;
- усиливают авторскую точку зрения;
- выделяют основную мысль, при этом подчеркивая особенности различных деталей (действий);
- делают речь наглядной, внутренне напряженной и убедительной.

Журналисту при подготовке текстов необходимо осознанно встраивать риторические средства в структуру речи, чтобы она была достаточно действенной.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Что собой представляет элокуция как этап риторического канона?
- 2 Какие функции выполняет данный этап?
- 3 Что включает в себя понятие риторических средств?
- 4 Назовите особенности риторических средств.
- 5 Что собой представляет троп и какова его основная функция?
- 6 Назовите традиционные типы тропов.

- 7 Что собой представляет метафора?
- 8 Какие основные типы метафоры вы знаете?
- 9 Приведите примеры метафоры в публицистике.
- 10 Что собой представляет олицетворение?
- 11 Приведите примеры олицетворений в художественной литературе и публицистике.
- 12 Расскажите о метонимии.
- 13 Приведите типичные примеры метонимии.
- 14 Дайте определение синекдохи.
- 15 Назовите разновидности синекдохи.
- 16 Приведите примеры синекдохи в журналистских текстах.
- 17 Что собой представляет сравнение?
- 18 Приведите примеры сравнений в публицистических текстах.
- 19 Дайте определение эпитету.
- 20 Приведите примеры эпитетов в журналистике.
- 21 Что собой представляет фигура как оборот речи?
- 22 Какие разновидности риторических фигур вы знаете?
- 23 Что представляют собой фигуры выделения?
- 24 Какие разновидности имеют фигуры выделения?
- 25 Расскажите о каждой из них, приводя примеры.
- 26 Какие разновидности повторов имеют место в первой классификации?
Приведите примеры.
- 27 По второй классификации какие повторы выделяются? Приведите примеры.
- 28 Какие разновидности включают в себя фигуры синтаксиса? Приведите примеры.
- 29 Назовите разновидности антитезы.
- 30 Расскажите о речемыслительных фигурах и их разновидностях.
- 31 Расскажите об особенностях фигур, выражающих эмоции.

32 Какие функции выполняют риторические средства выражения в тексте?

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Аллегория «государство – корабль», часто используемая в публицистических текстах, впервые встречается у Горация. Прокомментируйте её использование в ряде высказываний:

- *«Народное доверие для политика – что попутный ветер для морехода. Когда он есть – хорошо, когда его нет – надо лавировать, выгребать. Если мореход станет двигаться лишь по ветру, не сообразуясь ни с целью похода, ни с логикой, в лучшем случае его плавание будет состоять из ряда хаотических маневров, в худшем – он, повинаясь ветру, проложит курс по суше»* (современный публицист Максим Соколов);

- *«Конституционный корабль был построен вовсе не для того, чтобы остаться постоянно в верфи; но следует ли бросить его в море во время бури и навстречу противному ветру. Это то, чего хотели тираны и их рабы, которые сопротивлялись строительству этого корабля, но французский народ повелел вам ждать, когда море успокоится; он выразил единодушное желание, чтобы вы, несмотря на вопли аристократии и сторонников федерализма, сначала освободили бы его от врагов»* (М. Робеспьер).

2 Подберите два публицистических текста и найдите в них риторические средства выражения. Проанализируйте их синтаксическую структуру и определите риторическую функцию.

3 Какой тип фигуры присутствует в следующих высказываниях:

- *«Причем при смехе важны и внутреннее веселье, и внешнее освежающее действие благодаря дополнительному кислородному обмену»* (Эндрес);

- *«Острота доказывает не более, чем остроту ума, в юморе проявляется избыток душевности»* (В. Пиндер).

4 Какой тип повтора присутствует в следующих предложениях:

«Он видел несправедливость и пытался ее устранить. Он видел страдание и пытался его смягчить. Он видел войну и пытался покончить с нею» (речь сенатора Эдварда Кеннеди на траурной церемонии, посвященной убитому брату Роберту Кеннеди (08.06.1968 г.);

- *«Суть государства не в правительстве, суть государства и не в оппозиции. Сутью государства являются правительство и оппозиция»* (из выступления Курта Шумахера в 1950 г. в Берлине);

- *«Все ненавидят тебя, Пизо. Сенат ненавидит тебя... римские всадники не выносят твоего вида... римский народ желает твоей гибели... вся Италия проклинает тебя...»* (Цицерон).

4 Творческая работа

Студентам необходимо написать стихотворение в прозе о предмете (явлении действительности, событии и т.д.) (тема определяется самим студентом).

Методика выполнения данного задания дана в методических указаниях Л.В. Анпиловой «Творческая работа студентов по дисциплине «Риторика» [7].

5 Тестовые задания

Тестовые задания по данной теме представлены в системе «Аист». Тестирование проводится по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.8 Раздел «Взаимодействие оратора с аудиторией СМИ»

На знакомство с разделом **«Взаимодействие оратора с аудиторией СМИ»** предлагается 14 часов: 2 часа отводится на чтение лекционного материала, 2 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- рассмотреть особенности взаимодействия оратора с аудиторией СМИ;
- изучить поведение телеведущего в аудитории;
- познакомиться с процессом поддержания внимания аудитории в ходе выступления.

2.8.1 Лекционное занятие № 7

Краткое содержание вопросов темы

1 Особенности взаимодействия оратора с аудиторией СМИ.

Под *взаимодействием* понимается сенсорное обратное влияние речи на оратора, что возможно при установлении диалогических отношений с аудиторией.

С целью установления взаимодействия журналиста с аудиторией ему необходимо обратить внимание на некоторые моменты.

1 *Чувство аудитории*, проявляемое посредством поведения слушателей, выражению их лиц, напряженной атмосфере и т.д. Выражением сенсорного обратного действия являются аплодисменты, ободряющие оратора и делающие

его более уверенным.

2 *Состав аудитории*, решающим моментом в определении которого выступает оценка умственной познавательной способности своих слушателей, которые делятся на следующие группы:

- первые те, которые не слушают;
- вторые те, которые по большей части слушают, но понимают неправильно;
- третьи те, которые слушают и верно понимают.

3 *Портрет аудитории*, составление которого является важным этапом разработки речи, нацеленным на выбор:

- необходимого жанра речевой подачи материала;
- нужного направления в раскрытии содержания;
- композиции;
- значимых языковых средств выражения.

Все параметры аудитории традиционно делятся на объективные и субъективные.

Объективные параметры аудитории не зависят от выступающего и его речи. К ним относятся:

а) демографическая характеристика, включающая:

- такие черты, как: пол, возраст, общий уровень образования и культуры, национальность;
- социальное положение (рабочие, интеллигенция и т.д.);
- должность (чиновники, преподаватели, руководящие работники и т.п.);
- выявление ситуативных групп, связанных с состоянием общества, государства (например, беженцы) и др.;

б) интеллектуальная характеристика, описывающая знания и убеждения аудитории. Здесь могут быть актуальны следующие аспекты:

- определение уровня профессиональной подготовки слушателей, уровня знаний по предмету речи (*специалисты - неспециалисты*);

- определение политической ориентации аудитории (например, *сторонники партии «Справедливая Россия»*) или специфики их мировоззрения (например, *верующие*);

- учет специфики увлечений аудитории (например, *футбольные болельщики, владельцы кошек* и т.п.);

в) количественная характеристика, определяющая количество слушателей и меру их знакомства с выступающим. По количеству участников беседы различают следующие виды общения:

- межличностное, когда индивидуальные черты слушателей просчитываются и учитываются в речи, есть возможность получить обратную связь;

- групповое, выделяемое в тех случаях, когда журналист ориентируется не на индивидуальные, личностные черты слушателей (студенты, коллеги, члены определенной партии), а на социальные, объединенные работой, увлечениями, ситуацией и т.д. здесь также можно получить точную обратную связь и представить реакцию адресата, вступив с ним в диалог;

- публичное, рассчитанное на достаточно многочисленную и неоднородную аудиторию, но чем-то объединенную; такое общение предполагает точного адресата, представленного большими социальными группами, которые можно разделить на два вида: стихийно возникшие (временные), например, участники митинга и долговременные, занимающие свое место в системе общественных отношений (например, возрастные, профессиональные, этнические и т.п. группы и т.д.);

- массовое общение, предполагающее обращение к аудитории через СМИ, хотя любое выступление в средствах массовой информации должно быть ориентировано на определенную аудиторию. Особая сложность этого вида общения заключается в следующем: выступление может быть услышано разными людьми, а не только членами аудитории, прогнозируемого типа (например, передачи молодежной редакции ориентированы на подростковую аудиторию, но вместе с тем и на родителей; лекция о культуре, например, на телеканале

«Культура» - для специалистов, но и всех интересующихся вопросами культуры и т.д.); отсутствует эффект заражения, присущий публичной аудитории; выступающий не имеет непосредственной обратной связи со слушателями.

Субъективные характеристики аудитории включают:

а) социальный портрет аудитории, который определяется следующим:

- степенью известности аудитории выступающему, что позволяет журналист прогнозировать реакцию аудитории с целью эффективного воздействия своей аргументацией на слушателей;

- равенство - неравенство участников беседы, при этом важны такие варианты: отношения равенства (например, слушатели являются коллегами ведущего); отношения неравенства: в этом случае либо журналист обладает более высоким статусом, либо аудитория имеет статус выше ведущего (например, журналист и знаменитый ученый и т.д.);

б) группы, выражающие свое отношение к мыслям оратора:

- конструктивная, у которой ценностные ориентиры совпадают с ценностями оратора, выражаемыми в выступлении, таких людей не надо заинтересовывать. Например, представители двух парламентских фракций, обычно враждующих между собой, оказываются единомышленниками при решении какого-то вопроса (например, в программе «60 минут» («Россия 1»);

- конфликтная, включающая людей – противников выступающего, не разделяющих его взгляды: люди ориентируются на другие ценности, отстаивая иную точку зрения. Здесь важно понять причины негативного отношения аудитории к оратору;

- соглашатели, не имеющие своего мнения по обсуждаемой проблеме, например, из-за отсутствия достаточных профильных знаний по вопросу или слабой компетентности (экономисты плохо будут понимать юристов и наоборот);

- инфантильные, не желающие рассматривать суть проблемы и равнодушные к теме выступления. Здесь возможно необходимо подумать, какая сфе-

ра деятельности интересна данной группе, и, уже исходя из этого, попытаться связать их с темой выступления;

в) наличие прямой и косвенной аудитории, к которой обращается оратор. Типичной косвенной аудиторией являются телезрители как многомиллионная аудитория, к которой обращается выступающий, при этом в телестудии могут быть зрители, которые представляют собой прямую аудиторию, к которой обращается выступающий;

г) аудитория, обладая рядом характеристик, может быть:

- потенциальной, на которую рассчитано выступление в целом;
- реальной, т.е. рассчитанной на людей, которые должны прийти в телестудию (например, студенты ОГУ);
- конкретной, т.е. непосредственно адресованной тем людям, которые пришли на телепрограмму.

Все параметры аудитории наглядно представлены в приложении Ж.

4 «Борьба» слушателей с оратором, этот аспект необходимо учитывать при работе с аудиторией, так как это считается одной из трудностей публичного выступления. Здесь необходимо журналисту учитывать следующее:

а) аудитория инертна, что объясняется изначальным скептицизмом по отношению к оратору, что создает эффект пассивного сопротивления. Около 60% слушателей не имеют мотивации, то есть их необходимо заинтересовать;

б) аудитория сопротивляется воздействию, оказываемому на нее ведущим, в силу стремления каждого противостоять воздействию. Выделяются три способа «борьбы» аудитории с речевым влиянием выступающего:

- избегание, выражаемое в том, что аудитория проявляет невнимание, отвлекается во время выступления, не смотрит на выступающего, разговаривает, закрывает глаза и т.д.;
- подрыв авторитета выступающего, основанный на том, что источник информации представляется как неавторитетный, т.е. предлагаемую информацию можно игнорировать;

- непонимание, заключающееся в том, что слушатели интерпретируют идею выступающего или его аргументы как непонятные, отказываясь при этом вникать в смысл выступления.

Учет специфики аудитории позволит журналисту более эффективно организовать и провести встречу с читателями, зрителями, слушателями.

2.8.2 Практическое занятие № 13

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), творческая работа, тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается ряд вопросов, с материалом которых студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопросов предлагается.

Первый вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Поведение телеведущего в аудитории**».

От поведения оратора (ведущего ТВ) в аудитории во многом зависит успех его выступления и эффективность, например, телепрограммы. При этом особое внимание необходимо обратить на следующие аспекты:

1 Восприятие оратора аудиторией (первое впечатление).

Первое впечатление - это момент самопредъявления, который, хотя и непродолжительный, но достаточно важный, так как из-за этого общение может либо совсем не состояться, либо пойти по другому руслу. Оно очень устойчиво, долго и надежно хранится в памяти слушателей и зрителей. При этом здесь важен внешний вид выступающего.

Для того, чтобы аудитория воспринимала выступающего правильно, ему необходимо обратить внимание на следующие моменты:

- первое впечатление является достаточно сильным, ярким и хорошо запоминающимся; потом его необходимо корректировать, менять, а это уже сложнее. Примером этому могут служить газеты, стремящиеся первыми сообщить новость (сенсацию), что и формирует общественное мнение, другим это уже сделать сложнее;

- оно чаще всего далеко от истины. 85% качеств, приписываемых человеку при первой встрече, зачастую не могут быть обнаружены, и здесь происходят ошибки в приписывании определённых черт выступающему;

- первое впечатление субъективно, оно во многом зависит от возраста, настроения, опыта (жизненного и профессионального) слушателей;

- это впечатление очень устойчиво, на всем его протяжении изменения в оценке оратора составляют всего лишь 4-6%;

- оцениваются и запоминаются чаще всего индивидуальные качества оратора как со стороны его объективных характеристик, так и со стороны его личностных особенностей (внешности, поведения, качества и др.);

- основой первого впечатления является зрительный образ, где-то 50% информации в процессе выступления перед аудиторией передается невербально.

2 Оценка аудиторией портрета оратора.

В любой аудитории, СМИ в том числе, важен интерес к личности говорящего, к его мировоззрению, общественной деятельности, нравственным характеристикам и т.д. Здесь следует учитывать такие составляющие, как:

- объективный портрет – это характеристика автора речи, указывающая на его пол, возраст, профессию, квалификацию, взгляды и т.п. и помогающая слушателям (зрителям) понять замысел его речи;

- статус как социальный портрет оратора указывает на специфику его взаимодействия с конкретной аудиторией. Черты своего статуса должны быть оце-

нены каждым потенциальным ведущим при подготовке к выступлению.

3 Ораторская индивидуальность.

Слушатели (зрители) не отделяют в процессе выступления сведения, которые сообщает ведущий, от его личности. Все, что говорит выступающий напрямую связывается слушателями с его личностью, индивидуальность которого отличает его от других. Но следует заметить, что любая аудитория СМИ видит и запоминает личность оратора упрощенно, стереотипно. Поэтому необходимо заботиться, чтобы личностный имидж выступающего был благоприятным, соответствующим представлению о себе как об индивидуальности.

При этом в ходе выступления не должно ощущаться следующее:

- ведущий не имеет права выглядеть уставшим, недовольным, излишне возбужденным;
- он не должен визуально выражать беспомощность и нерешительность;
- ему нельзя извиняться перед аудиторией (*Извините, что задерживаю вас, я сейчас закончу* и т.д.).

В выступлении не должно быть:

- нарушения логики в изложении материала;
- излишней перегрузки выступления теоретическими размышлениями;
- отсутствия доказательности при знакомстве аудитории с основными положениями и выводами;
- большого количества вопросов и проблем, затрагиваемых в выступлении;
- фактов и примеров и т.п., не относящихся к обсуждению;
- шаблонного построения речи.

4 Оптимальная манера выступления, предполагающая:

- энергичность изложения, передающаяся слушателям, помогающая держать аудиторию в постоянном напряжении и повышающая доверие к информации, содержащейся в выступлении;
- физическую бодрость и подвижность;

- уверенный внешний вид, что быстро передается аудитории, и она начинает воспринимать услышанную информацию менее критично и с большим доверием;

- дружеский, интимный тон, подразумевающий разговор с аудиторией как с одним человеком, в такой же манере;

- интенсивность речи, свидетельствующая о напряженном мышлении при всем сохранении видимости легкости речевых действий;

- сосредоточенность внимания на главном;

- импровизацию, присутствующую в речи в меру, не допускающую бесвязности речи;

- знание норм русского языка, умелое использование в речи риторических средств выражения;

- экономность и краткость речи.

5 Расположение выступающего в аудитории.

Выступающий в аудитории (например, в телевизионной) должен стоять, так как только это и позволяет его видеть со всех сторон. При этом необходимо помнить, что оратор должен:

- говорить достаточно энергично;

- постоянно демонстрировать уважение к слушателям;

- находиться в определенном напряжении;

- чувствовать время;

- по возможности не использовать трибуну, что показывает официальное превосходство перед аудиторией.

6 *Движение выступающего по аудитории* повышает эффективность речевого воздействия на слушателей, установления с ними успешного взаимодействия. Движение выступающего (ведущего) по аудитории усиливает симпатии слушателей, способствует повышению доверия к нему.

Второй вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Поддержание внимания аудитории в ходе выступления**».

Внимание аудитории к оратору необходимо поддерживать на протяжении всего его выступления. Для этого необходимо обратить внимание на следующее:

1 *Факторы, влияющие на внимание слушателей:*

- интерес к теме выступления;
- сконцентрированность слушателей в одном месте аудитории;
- размер аудитории, например, очень большая аудитория чаще всего недостаточно внимательна;
- комфорт для участников встречи (например, стоящая аудитория более требовательна к содержанию выступлений, она не дает выступающему говорить «не по делу»).

2 «*Чтение*» оратором аудитории, т.е. постоянное наблюдение за ней, определение ее реакции на выступление, что позволяет оратору постоянно вносить коррективы в свою речь.

Внимание к выступающему определяется:

- взглядами слушателей, устремленными на оратора;
- наклон корпуса слушающих в сторону выступающего;
- стремление слушателя сесть на край стула, чтобы быть ближе к выступающему;
- наклон головы и т.д.

Невнимание к выступающему определяется следующим образом:

- тело напряжено, посадка прямая, голова опущена, ноги сведены вместе или вытянуты вперед и перекрещены;
- взгляд слушателя направлен в сторону;
- слушатель держит голову прямо, позвоночник выпрямлен;
- голова подпирается ладонью;
- пощелкивание колпачком ручки, постукивание ногой или пальцами;

- поза, направленная в сторону выхода;
- рисование на бумаге посторонних предметов;
- немигающий взгляд;
- поглаживание носа;
- крепко сцепленные руки;
- застегивание пиджака и др.

3 *Периоды внимания*, равные 10-15 минутам, так как внимание слушателей падает каждые 15 минут. В эти моменты необходимо дать аудитории возможность расслабиться (сделать паузу, пошутить и т.д.). Через 45 минут необходимо сделать большую паузу или перерыв. Наиболее предпочтительным считается десятиминутное выступление.

4 *Приемы привлечения внимания аудитории*, к которым можно отнести:

- обращение к событию, времени, месту;
- использование различных подходов к взглядам участников;
- рассказ о каких-либо конфликтах, противоречиях, возникающих между людьми;
- ссылка на общедоступный источник информации (*Вчера в программе «Утро на первом» я услышала любопытное сообщение ...*);
- использование риторического вопроса, обозначающего тему (*«Необходима ли нам сегодня частная собственность?», «Должно ли быть бесплатным здравоохранение?»*), должно найти логическое завершение;
- ссылка на свое эмоциональное состояние (*«Я волнуюсь, выступая сегодня перед вами...»*; *«У меня хорошее настроение, поэтому...»* и т.д.;
- возбуждение любопытства средствами обращения к необычному факту, который слушателем еще неизвестен (*«Сегодня рабство еще существует в 17 странах мира?»*), к парадоксу (*«По мнению Эйнштейна, образование - это то, что остается, когда все выученное забыто. Правильно ли это?»*);
- демонстрация определенного предмета;
- рассказ о себе, случае из личной жизни (*«Недавно я прочитал, что...»* и

т.д.);

- цитирование (*Ф. Достоевский сказал ...*);
- упоминание исторического эпизода (*В XVIII веке при французском дворе был такой обычай...*);
- постановка проблемы;
- обращение к жизненно важным интересам слушателей;
- вопросно-ответный прием, т.е. задать вопрос слушателям и самому на него ответить;
- примеры из художественной литературы⁴
- использование пословиц, поговорок, фразеологизмов и т.п., оживляющих выступление;
- использование юмора.

5 *Приемы поддержания внимания аудитории*, к которым относятся:

- вопросы к аудитории, активизирующие её;
- организация дискуссии;
- обращение к определенным слушателям (*А у вас другое мнение?*);
- авансирование (*Об этом я скажу несколько позже*);
- краткое отвлечение от темы;
- демонстрация какого-то предмета (*Посмотрите на эту маленькую вещь...*);
- приближение к слушателям;
- развлекательные элементы во второй части выступления, где внимание слушателей ослабляется;
- закон края: конец и начало запоминаются и воспринимаются лучше, чем середина.

6 *Донесение главной мысли выступления*, для чего ее необходимо сформулировать.

Приемами эффективного донесения главной мысли выступающего до аудитории являются:

- выступление, включающее одну мысль;
- формулировка главной мысли в виде отдельного предложения;
- повтор темы;
- выступление строится либо дедуктивно (от тезиса к аргументам), либо индуктивно (от аргументов, фактов к выводу).

7 Методы изложения материала, являющиеся доказательными и убедительными:

- индуктивный метод: от частного к общему;
- дедуктивный метод: от общего к частному;
- метод аналогии, строящийся на сопоставлении различных явлений (событий, фактов);
- концентрический метод - материал выступления располагается вокруг главной проблемы;
- ступенчатый метод - изложение в определенной последовательности одного вопроса за другим;
- исторический метод - представление материала в хронологической последовательности;
- метод усиления – постепенное нарастание аргументов.

8 Соблюдение регламента, что наглядно представлено в таблице 8.

Таблица 8 – Продолжительность речи

Продолжительность речи	Реально длится	Воспринимается как
Первые 10 мин.	10 мин.	10 мин.
Вторые 10 мин.	10 мин.	20 мин.
Третьи 10 мин.	10 мин.	30 мин.
Итого:	30 мин.	60 мин.

Для того, чтобы уложиться в регламент необходимо соблюдать ряд принципов:

- подготовиться к необходимому сокращению;
- начинать выступление вовремя;

- сокращать выступление, если аудитория проявляет нетерпение;
- соблюдать определенный темп речи;
- отвечать на вопрос не более 1-1,5 минут;
- ставить задачу закончить несколько раньше намеченного срока.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Что понимается под воздействием?
- 2 На какие моменты необходимо обратить внимание журналисту с целью установления взаимодействия с аудиторией?
- 3 Что собой представляет портрет аудитории?
- 4 Назовите объективные параметры, не зависящие от выступающего и его речи? Поясните каждый из них.
- 5 Насколько важна для телеведущего количественная характеристика аудитории? Приведите примеры.
- 6 Назовите субъективные параметры аудитории.
- 7 Опишите суть социального портрета аудитории. Приведите примеры.
- 8 Опишите такой аспект, как «борьба» слушателей с оратором, который необходимо учитывать при работе с аудиторией.
- 9 Поясните такой аспект поведения телеведущего в аудитории, как восприятие оратора аудиторией (первое впечатление).
- 10 Что необходимо учитывать телеведущему для того, чтобы произвести приятное впечатление на аудиторию?
- 11 Поразмышляйте, почему первое впечатление от ведущего бывает обманчивым?
- 12 Каким образом происходит оценка аудиторией портрета оратора?
- 13 Поясните, что понимается под объективным портретом выступающего и его статусом?

- 14 В чем проявляется ораторская индивидуальность? Приведите примеры.
- 15 Перечислите особенности оптимальной манеры выступления?
- 16 В чем заключаются особенности расположения оратора в аудитории?
- 17 Почему оратору необходимо передвигаться по аудитории?
- 18 Что оказывает влияние на внимание слушателей?
- 19 В чем заключается «чтение» оратором аудитории?
- 20 Поясните, почему выступающий в своем выступлении должен учитывать периоды внимания слушателей?
- 21 Назовите приемы привлечения внимания аудитории. Приведите примеры, используемые ведущими в СМИ.
- 22 Назовите приемы поддержания внимания аудитории. Приведите примеры из СМИ.
- 23 Как можно донести главную мысль выступления до аудитории?
- 24 Назовите методы изложения материала в выступлении.
- 25 Почему необходимо соблюдать регламент в процессе выступления?
- 26 Для того чтобы уложиться в регламент, какие принципы необходимо соблюдать ведущему телепрограммы?

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

- 1 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.
- 2 Прокомментируйте следующие начала к выступлению с точки зрения следующего положения риторики: *«... столкновение и борьба вызывают невольный интерес...»*:

- Почему родители всегда недовольны своими детьми?
- Почему дети всегда считают, что старшее поколение их не понимает?
- Ссоры между мужем и женой - обычное дело. Почему это происходит?

3 Прокомментируйте высказывание Г.З. Апресяна:

«Обезличенность ораторского слова всегда обрекает его на неуспех. Такая речь обращена в «никуда». Вот почему точный учет состава слушателей и в особенности того, с какими настроениями и желаниями они сегодня собрались, - одно из неперемennых условий успеха ораторского мастерства, нужного воздействия на формирование необходимых индивидуальных и коллективных мыслей и чувств».

3 У любой аудитории есть тенденция к противостоянию, механизм которой раскрыл Б.Ф. Поршнев:

«Всякий говорящий внушает», слушающий же как личность борется против внушения, так как не хочет подчиняться чуждому влиянию, не хочет «подпадать под обаяние» оратора, хочет сохранить свою независимость в суждениях, мнениях, эмоциональной сфере».

Согласны ли вы с представленной точкой зрения?

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

- «Я поэт, этим и 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).

5 Прокомментируйте рассказанную П. Сопером историю с точки зрения мнения о том, что *«по одежке встречают, по уму провожают»*. Верна ли она по отношению к ведущему телевизионной программы?

«Лектор Сэм Сэнфорд однажды рассказал о случае, происшедшем в фойе гостиницы городка, где он должен был выступать. Молоденькая продащица табачного киоска, где он покупал газету, радостно объявила ему, что вечером собирается послушать лекцию профессора Сэнфорда. Узнав, что перед ней сам Сэнфорд, девушка внимательно окинула его взглядом и сказала: «Ну, что ж... Все-таки я пойду».

6 О каких риторических приемах идет речь в следующих примерах и рекомендациях:

- *«Известный греческий оратор Демосфен, выступая в суде, заметил, что судьи рассеянны и невнимательны к его речи. Он прервал речь и стал рассказывать о человеке, который нанял осла с погонщиком. Седок сел отдохнуть в тени осла, а погонщик сказал, что отдал внаем только осла, но не тень от него. Спор превратился в судебную тяжбу... Тут Демосфен умолк, а когда заинтересовавшиеся исходом дела судьи попросили его закончить, он с упреком сказал им: «Басню о тени осла вы готовы слушать, а важное дело вы слушать не желаете» (А.А. Ивин);*

- *«Будьте энергичны. Энергия обладает магнетическими свойствами. Люди скапливаются вокруг энергичного оратора, как дикие гуси вокруг поля озимой пшеницы». «Ничем не умеряйте вашу энергию» (Д. Карнеги);*

- *«На протяжении всего выступления оратор должен ощущать «усиленное целевое напряжение», которое и создает необходимый оратору динамический настрой (О. Эрнст).*

4 Творческая работа

Придумайте начало выступления к следующим концовкам (одна концовка по выбору студента):

- слово не воробей, вылетит - не поймаешь;
- петь хорошо вместе, а говорить порознь;
- слово - серебро, молчание - золото;
- говорить, не думая, что стрелять, не целясь.

5 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед рубежным контролем.

2.9 Раздел «Убеждающее выступление в СМИ и его основные особенности»

На изучение раздела «**Убеждающее выступление в СМИ и его основные особенности**» отводится 16 часов: 2 часа на чтение лекционного материала, 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного тематического раздела студенты должны решить следующие задачи:

- рассмотреть основные виды убеждающих выступлений и их использование в СМИ;
- познакомиться с процессом демонстрации убежденности оратора посредством аргументации.

2.9.1 Лекционное занятие № 8

Краткое содержание вопросов темы

1 Основные виды убеждающих выступлений, их использование в СМИ.

Под *убеждающей речью* в риторике понимается выступление, в котором говорящий имеет цель заставить аудиторию поверить в правильность его точки зрения, стремится объяснить сущность явлений, установив их взаимосвязь, логически доказать (опровергнуть) определенные положения. При этом выступающий, убеждая другого человека (группу людей), использует аргументы в поддержку своей идеи (или тезиса).

Существуют три основных вида убеждающих выступлений:

1 *Воодушевляющее выступление*, ставящее своей целью создание у слушателей положительного эмоционального (оптимистического) настроения, придания человеку уверенности в своих силах. Пробуждая эмоции, выступающий напоминает людям хорошо им известное, но не вполне осознаваемое в данный момент времени, при этом говорящий обостряет в их сознании значение происходящих (произошедших) событий.

К таким выступлениям относятся:

- речь тренера, настраивающая команду победить;
- выступление кандидата на выборах, выражающее уверенность в том, что победа будет одержана;
- выступление лидеров на партийных съездах;
- речь руководителя учреждения во время торжественных событий;
- речь журналиста и т.д.

В СМИ воодушевляющие выступления встречаются, например, в теледебатах кандидатов в депутаты в период предвыборных кампаний, при этом роль

телеведущего сводится к корректировке, чаще всего временной, выступлений представителей разных партий, призывающих принять участие в голосовании. Воодушевляющие выступления самих ведущих достаточно часто встречаются в программах, посвященных проблемам спорта, например, в передачах телеканала «Матч-ТВ»: спортивных обзорах, онлайн-трансляциях спортивных событий, аналитики событий и т.д.

К правилам подготовки такого выступления относятся:

- краткость (не более 1-2 минут);
- не односложность высказывания;
- высокая эмоциональность;
- напоминание о грядущих успехах и победах;
- восхищение решительностью, профессиональными или нравственными качествами, высокой морально-нравственной позицией всех участников событий;
- выражение уверенности в решении всех предстоящих трудностей.

2 *Агитационные выступления*, ставящие своей целью побуждение слушателей к какому-то новому действию, или продолжению (прекращению) тех действий, которые они уже осуществляют в данный момент. Такое выступление всегда призывает людей что-то сделать, предпринять, совершить какой-то поступок. При этом в выступлении приводятся только аргументы «за», которые поддерживают защищаемый тезис.

К агитационным выступлениям относятся:

- речь на политических митингах, призывающая поддержать определенного кандидата на выборах;
- рекламные выступления;
- выступления на различных собраниях в поддержку какой-то инициативы или принятия участия в определенном деле;
- призыв к проведению чего-либо (*Бросайте курить! Потребуйте сделать это. Голосуйте за* и т.д.

Примерами агитационных выступлений в СМИ являются рекламные выступления, используемые в теле и радиопрограммах; выступления гостей в различных телешоу (социально-политическое ток-шоу «60 минут» с О. Скабеевой и Е. Поповым, программа «Вечер с Владимиром Соловьевым» («Россия 1»); общественно-политическое ток-шоу «Время покажет», программа «Большая игра» («Первый канал»); «Культурная революция» («Культура») и др.).

К правилам подготовки агитационного выступления относится следующее:

- речь должна быть эмоциональной;
- выступление должно быть кратким, но образным;
- необходимо использовать короткие фразы;
- громкость голоса должна быть чуть выше средней;
- важно дать слушателям все те данные, которые им необходимы для принятия немедленного решения;
- должны приводиться только аргументы «за»;
- все должно быть ясно и четко, не должно оставаться никаких недоговорок;
- надо учитывать возможности аудитории для совершения рекомендуемых действий (например, люди должны иметь средства для покупки того, к чему их агитируют и т.д.);
- аудитория должна быть приведена к общему согласию;
- выступление должно содержать непосредственный призыв к совершению действия.

3 *Собственно убеждающие выступления*, целевая направленность которого заключается в побуждении аудитории принять определенную точку зрения.

Этот вид выступлений считается в риторике одним из самых трудных, так как убедить человека в чем-либо является зачастую непосильной задачей. Любой политик, руководитель организации (предприятия), педагог, ученый должен

уметь убеждать аудиторию.

В целом к таким выступлениям относятся:

- выступления политиков (кандидатов на выборы) с изложением своей программы или точки зрения;
- публицистические выступления (например, на митингах);
- морально-этические выступления;
- выступления известных людей по обсуждаемым в обществе проблемам с выражением собственной точки зрения или предложением их решения;
- проповеди религиозных служителей;
- выступления телеведущих и т.д.

Для теле- или радиоведущего умение убеждать аудиторию является важным вдвойне, так как от этого зачастую зависит формирование общественного мнения. Собственно убеждающее выступление журналиста, особенно работающего на телевидении или радио, требует достаточно высокого уровня его риторической подготовки. Например, выступления М. Шевченко (передача «Особое мнение»), В. Соловьев (программа «Вечер с Владимиром Соловьевым»), А. Шейнин (программа «Время покажет») и др.

Эффективную подготовку собственно убеждающего выступления обеспечивают следующие правила:

- использование общих правил эффективной аргументации: необходимо говорящему быть эмоциональным, уметь обращаться с жизненно важными фактами, показывать в выступлении реальную пользу от информации или предложений, отвлекаться в изложении, быть лаконичным, ссылаться на авторитеты, использовать цифры и юмор, опираться на наглядность и т.д.;
- рассмотрение в выступлении спорного вопроса, являющегося актуальным и обсуждаемым в обществе на сегодняшний момент, по которому имеются разные точки зрения;
- продолжительность выступления должна быть не более 3-5 минут;
- умеренная эмоциональность выступающего, затрагивающая благород-

ные эмоции слушателей;

- рассмотрение вопросов истины (правды);
- использование коротких фраз;
- словесное повторение в выступлении не менее трех раз доказываемого тезиса;
- приводятся аргументы «за» и «против».

2.9.2 Практические занятия № 14-15

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), творческая работа, тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается один вопрос, с материалом которого студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопроса предлагается.

Вопрос, вынесенный на обсуждение: **«Демонстрация убежденности оратора посредством аргументации».**

Журналист, убеждая аудиторию, прежде всего, должен уметь аргументировать свою позицию.

Аргументация понимается как процесс приведения ряда доказательств (аргументов: фактов, объяснений, примеров и т.д.) с целью обоснования определенной точки зрения. Аргументация необходима для подтверждения тезиса - главной мысли выступления (обоснованного, доказательного утверждения), произносимой с целью убедить аудиторию.

Для перехода от тезиса к аргументам обычно ставится вопрос «Почему?».

на который аргументы отвечают: «Потому, что ...».

Например, приведем тезис в качестве примера: *Иметь собственную дачу полезно*. Естественно, от данного тезиса к аргументам задается вопрос: «*Почему?*», на который аргументы дают следующий ответ: *Потому что там можно:*

- отдохнуть;
- эмоционально расслабиться;
- получить физическую нагрузку;
- пригласить гостей и т.д.

Аргументы бывают двух типов:

- аргументы «за» свой тезис должны быть понятными, правдивыми, доступными, объективными и т.д.;
- аргументы «против» чужого тезиса должны быть убедительными в том, что чужие аргументы слабы и не выдерживают никакой критики.

Аргументы должны:

- всегда приводиться в системе;
- быть убедительными, то есть сильными (научные аксиомы, различные законы и официальные документы, законы природы, заключения экспертов, показания очевидцев, статистические данные и др.).

При доказательстве тезиса оптимальным числом аргументов считается три.

К способам аргументации относятся:

- нисходящая (от сильных аргументов к менее сильным, в итоге переход к эмоциональной просьбе (выводам) и восходящая (от слабых аргументов к сильным) аргументация. Приведем пример восходящей аргументации, представленной в выступлении одного из участников телепрограммы: *«В нашей стране много многодетных семей, которым необходимо оказывать материальную помощь ... Они имеют небольшие зарплаты и пособия на детей ... А жизнь постоянно дорожает ... Государство старается им помочь, но не всегда это получается... Кто может оказать им помощь и поддержку? ... Нам необходимо*

приложить совместные усилия, чтобы решить эту проблему»;

- односторонняя, включающая либо только аргументы «за», либо только «против», и двусторонняя, излагающая противоположные точки зрения, аргументируя их;

- опровергающая, при которой выступающий разрушает контраргументы оппонента и поддерживающая, при которой оратор выдвигает только позитивные аргументы и игнорирует контраргументы, аргументация;

- дедуктивная - от вывода к аргументам (*Сегодня необходимо особое внимание уделить проблеме обучения русскому языку по причине того, что, во-первых, в школах наблюдается катастрофическое снижение грамотности учащихся; во-вторых, журналисты, работающие на телевидении и радио, плохо владеют русским языком, делают большое количество орфоэпических ошибок; в-третьих, ... и т.д.*) и индуктивная - от аргументов к выводу (*Посмотрим на состояние русского языка в нашей стране сегодня. В школах наблюдается катастрофическое снижение грамотности учащихся. Журналисты, работающие на телевидении и радио, плохо владеют русским языком, делают большое количество орфоэпических ошибок и т.д. Итак, сегодня необходимо особое внимание уделить проблеме обучения русскому языку*).

Помехами восприятию аргументации считаются:

- противоречие получаемой информации ранее воспринятой;
- постоянные повторы;
- злоупотребление иностранными терминами;
- наличие речевых ошибок;
- отступления от норм культуры речи;
- обилие деталей и аргументов;
- узнаваемость источника информации.

Осуществление эффективной аргументации возможно при соблюдении следующих правил:

- наличия эмоций выступающего, которые должны быть заметны аудито-

рии, но не являться доминирующими над самим содержанием выступления;

- не злоупотребление логическим давлением;
- обращение к фактам, жизненно важным для слушателей;
- персонификация своих идей;
- отвлечение в изложении в разумных пределах;
- использование парадоксальных аргументов (например, в рекламе отола-

ринголога: *«Половина населения США носит очки. Это еще раз доказывает, что без ушей жить нельзя. Принимаю ежедневно с 10.00 до 14.00»*);

- лаконичность в изложении материала (например, речь снайпера Л. Павличенко, с которой она обратилась к американцам в годы Второй мировой войны: *«Американские мужчины! До каких пор вы будете держаться за юбки своих жесниц? Пора открывать второй фронт!»*);

- представление определенного превосходства над аудиторией;
- ссылка на авторитеты;
- использование опровергающей аргументации (*Здесь часто возражают, что... и т.д.*);
- использование наглядных примеров, цифр, юмора;
- опора на наглядность.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Что собой представляет убеждающая речь?
- 2 Назовите виды убеждающих выступлений?
- 3 Какова целевая установка воодушевляющего выступления?
- 4 Приведите примеры такого выступления на телевидении и радио.
- 5 Какие правила подготовки воодушевляющего выступления являются значимыми для журналиста?
- 6 Какова цель агитационного выступления?

7 Какие виды выступлений можно считать агитационными? Приведите примеры.

8 Назовите основные правила подготовки агитационного выступления.

9 Какова цель собственно убеждающего выступления?

10 Почему данный вид выступлений считается наиболее сложным?

11 Приведите примеры собственно убеждающих выступлений.

12 Почему для теле- или радиоведущего умение выступать убедительно является важным вдвойне?

13 Какие правила обеспечивают эффективную подготовку собственно убеждающего выступления?

14 Что представляет собой процесс аргументации?

15 Что понимается под тезисом?

16 Что собой представляют аргументы?

17 Приведите пример использования тезиса и аргументов.

18 Какие типы аргументов вы знаете? Приведите примеры.

19 Какие аргументы считаются убедительными?

20 Какие способы аргументации вы знаете?

21 Поясните на примерах каждый из них.

22 Что в риторике считается помехами восприятию аргументации?

23 Какие правила обеспечивают осуществление эффективной аргументации в выступлении?

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Поясните следующие пословицы с точки зрения правил убеждающего выступления:

- *«Доказательства следует не считать, а взвешивать»;*

- *«Кто много доказывает, тот ничего не доказывает».*

2 Прокомментируйте ряд высказываний известных людей с точки зрения правил убеждающего выступления:

- *«Если «слабые» аргументы употребляются в качестве дополнения «сильных» (а не как относительно независимые), то степень их «слабости» понижается и наоборот»* (Е.А. Юнин, Г.М. Сагач);

- *«В хорошем рассказе, как и на военном корабле, не должно быть ничего лишнего»* (А.П. Чехов).

3 Поясните, какое правило убеждающего выступления используется в примере, приведенном А.Л. Ивиным в своей книге «Искусство правильно мыслить»:

«Некий французский аристократ никак не мог понять из объяснений своего преподавателя, почему сумма углов треугольника равна двум прямым углом. Наконец преподаватель воскликнул: «Я клянусь Вам, Ваше высочество, что она им равна!» - «Почему же Вы мне сразу не объяснили столь убедительно?» - спросил аристократ».

4 Творческая работа

Подготовьте одно из публичных выступлений (по выбору студента):

1 Вам в таблице 9 предлагаются пословицы и возможные тезисы для убеждающего выступления.

Составьте убеждающую речь (одну по выбору), в начале и в конце которой прозвучат примеры, предложенные в таблице 9.

Приведите несколько аргументов (случай из жизни (собственной, знакомых), пример из литературы и т.д.), сделайте вывод (например, *Итак, правильно говорят, что...; Таким образом, не всегда права пословица...*). Продолжительность выступления - от 1 до 2 минут, выступления менее 1 минуты не считаются.

Таблица 9 – Пословицы и возможные тезисы для убеждающего выступления

Пословицы для выступлений	Возможные тезисы убеждающего выступления
В гостях хорошо, а дома лучше	Приятно ходить в гости, но долго находиться в чужом доме надоедает.
От одного слова да навек ссора	Непродуманные слова могут привести к очень серьезной ссоре между людьми. Надо обдуманно относиться к своим словам, потому что очень легко обидеть собеседника.
Детки - радость, детки - горе	Все дети неизбежно и радуют и огорчают своих родителей.
Тихий голос - украшение женщины	Если женщина говорит тихим голосом, это делает ее привлекательной и приятной в глазах окружающих.
Речь вести - не лапти плести	Чтобы хорошо говорить, надо учиться этому. Хорошо говорить непросто.
Криком изба не рубится	Если во время работы люди кричат друг на друга, работа не получается.
Петь хорошо вместе, а говорить порознь	В диалоге надо соблюдать очередность участия в разговоре.
Правду говорить - друга не нажить	Если вы всегда говорите правду, то у вас будут враги.
Слово - серебро, молчание - золото	Умение промолчать ценится больше, чем умение говорить.
У кого что болит, тот о том говорит	Каждый хочет рассказать другому о том, что его волнует.
Ласковое слово и кошке приятно	Все любят приятные слова в свой адрес.
Не смотри как горло дерет, смотри, как дело ведет	Нельзя судить о человеке по его словам.

2 Напишите убеждающее выступление (тема может определяться самим студентом, а могут использоваться варианты высказываний известных людей, представленные в приложении Е).

5 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед зачетом.

2.10 Раздел «Публичные дискуссии в современном обществе»

На изучение раздела «**Публичные дискуссии в современном обществе**» отводится 16 часов: 2 часа на чтение лекционного материала, 4 часа – на проведение практических (семинарских) занятий, 10 часов – на осуществление самостоятельной (внеаудиторной) работы. При изучении данного раздела студенты должны решить ряд задач:

- рассмотреть предмет публичного обсуждения в СМИ;
- познакомиться с полемическими приемами, используемыми в публичных дискуссиях;
- изучить классификацию споров и принципы их ведения.

2.10.1 Лекционное занятие № 9

Краткое содержание вопросов темы

1 Предмет публичного обсуждения в СМИ.

В современном обществе по-прежнему актуальным является практика публичных обсуждений значимых для социума вопросов и широкое публичное

обсуждение острых общественных проблем (например, расовые проблемы, проблемы неравенства и др.). История дебатирования общественно значимых проблем уходит своими корнями в далекое прошлое. Еще в Древней Греции и Древнем Риме была развита практика общественных дискуссий.

Сегодня на телевидении во многих странах достаточно часто передают различные дебаты по разным вопросам, что повышает их общественную значимость и вызывает общественный резонанс проводимого обсуждения. Дебаты чаще всего проводятся с участием зрителей, что позволяет наглядно увидеть уровень общественного одобрения/неодобрения обсуждаемых решений, затрагивающих интересы всего общества в целом или отдельной его части.

Для современной России публичное обсуждение в печатных и электронных СМИ жизненно важных проблем и вопросов является необходимым условием существования демократического общества. Однако необходимо заметить, что в российском обществе сегодня практика публичного обсуждения злободневных вопросов только набирает обороты, опыт таких обсуждений формируется, чему примером служат такие телевизионные программы, как: социально-политическое ток-шоу «60 минут», программа «Вечер с Владимиром Соловьевым» («Россия 1»), «Право знать» («ТВ Центр»), политическое ток-шоу «Свобода слова» («ICTV»), общественно-политическое ток-шоу «Время покажет», программы: «Большая игра» («Первый канал»); «Место встречи» («НТВ»)), «Культурная революция» («Культура») и др.

Во многом предметом публичного обсуждения в СМИ становятся разногласия (различия во мнениях), возникающие между участниками публичного рассмотрения какого-либо вопроса, процесс обсуждения которого называется *спором*, где каждая сторона приводит аргументы в поддержку своей точки зрения и критикует аргументы оппонента. Цель спора содержится в нахождении истины.

Разновидностями спора являются:

1 *Дискуссия* - публичный научный или политический спор по нахождению

правды, имеющий цель найти правильное решение проблемы путем сопоставления разных точек зрения. Это эффективный способ убеждения, приводящий к определенному выводу.

Каждому участнику дискуссии необходимо знать ряд правил, благодаря которым, по мнению Л.Г. Павловой, становится возможным эффективное проведение процесса обсуждения:

- определение предмета дискуссии - положения, подлежащего обсуждению;
- убежденность участников дискуссии в своих взглядах и позициях [43].

2 *Диспут* – это заранее подготовленный публичный спор на определенную общественно значимую тему.

Участники двух этих видов публичного обсуждения проблемы стремятся:

- найти общее решение;
- прийти к единому мнению;
- установить истину.

3 *Полемика* - публичный спор, в котором преследуется цель доказать свою правоту каждому участнику обсуждения и опровергнуть мнение собеседника, это борьба принципиально противоположных мнений по определенной проблеме. Здесь важна только победа над противником, четкое утверждение своей позиции. При этом присутствует конфронтация, противоборство сторон, мнений, речей, идей.

Все разновидности спора необходимо использовать в журналистике, так как они обеспечивают выработку новых взглядов, формируют общественное мнение, отстаивают права людей, воспитывают активную гражданскую позицию.

Однако следует заметить, что на современном телевидении достаточно часто используется не столько спор в разных его разновидностях, сколько *обсуждение проблемы*, отличающейся от спора тем, что в процессе её обсуждения участники высказывают свои точки зрения с целью знакомства с ними аудито-

рии.

Обсуждение проблемы, как и в споре, является обсуждением разногласий, но при этом участники приводят аргументы исключительно в свою пользу и не критикуют оппонента. Отсюда цель обсуждения проблемы - познакомиться с различными точками зрения сторон, чтобы скорректировать собственный взгляд на обсуждаемую проблему, необходимый для дальнейшего размышления по исследуемому вопросу.

Разновидностями публичного обсуждения проблемы являются:

1 *Дебаты* - публичное обсуждение какой-то общественно значимой проблемы с формулированием различных точек зрения на нее и её решение.

2 *Прения* - публичное обсуждение научного (политического, отчетного) доклада (сообщения), сделанного кем-то.

2 Использование полемических приемов в публичных дискуссиях.

В публичных дискуссиях, в том числе и на телевидении, часто используется аргументация в поддержку истинности своих взглядов и в опровержении позиции оппонента. Поэтому в публичных дискуссиях часто используются определенные логические операции:

1 *Доказательство*, для которого характерна конструктивная роль обоснования какой-то идеи.

2 *Опровержение*, заключающееся в установлении ложности выдвинутого тезиса и направленное на разрушение ранее представленного доказательства. Оно осуществляется тремя способами:

- *опровержение ложного тезиса фактами*, к которому часто прибегают в открытых диспутах и дискуссиях, например, на телевидении; митингах, собраниях; публичных лекциях и т.д. Пример данного способа опровержения представлен в романе Л. Леонова «Русский лес», в котором профессор И. М. Вихров,

читая лекцию студентам-первокурсникам о русском лесе, рассказал им о давнем споре:

«Вам, будущим деятелям леса, вручаются ключи от зеленой кладовой нашего отечества, вам предстоит разобраться в путанице лесных теорий и по справедливости оценить некоторые из них, смазанные медом сладостного усыпления» ...

«Вдобавок утешители будут уверять вас, что рубка ведется ниже годового прироста. Не верьте им: прирост они исчисляют с общего количества лесов, включая необжитые таежные пространства Сибири, где лес доныне гниет на корню. От века хвастались мы лесами на Енисее, да Оби, а рубили под Тулой и Рязанью» ...

- критика доводов оппонента, при которой полемист доказывает несостоятельность выдвинутого тезиса. Пример данного способа опровержения описан А. П. Чеховым в рассказе «Учитель словесности»:

- Позвольте, Сергей Васильич, - перебила его Варя. - Вот вы говорите, что ученикам трудно. А кто виноват, позвольте вас спросить? Например, вы задали ученикам VIII класса сочинение на тему «Пушкин как психолог». Во-первых, нельзя задавать таких трудных тем, а во-вторых, какой же Пушкин психолог? Ну, Щедрин или, скажем, Достоевский - другое дело, а Пушкин великий поэт и больше ничего...

- опровержение демонстрации, при котором тезис оппонента логически не вытекает из аргументов, что разрушает структуру доказательств.

С целью защиты своей позиции и опровержения точки зрения оппонента, участники обсуждения часто используют специальные полемические приемы:

- юмор, ирония, сарказм, усиливающие эмоциональное влияние на слушателей, создающие особую настрой в процессе обсуждения, помогающие уменьшить напряженность обстановки. Например, Глеб Капустин – герой рас-

сказа В. Шукшина «Срезал» нередко пользовался данными приемами, что наглядно видно на примере спора, произошедшего между ним и его «именитыми» земляками - кандидатами наук, супругами Журавлевыми:

- Хорошо. Второй вопрос: как вы лично относитесь к проблеме шаманизма в отдельных районах Севера?

Кандидаты засмеялись. Глеб терпеливо ждал, когда кандидаты отсмеются.

- Можно, конечно, сделать вид, что такой проблемы нету. Я с удовольствием тоже посмеюсь вместе с вами... - Глеб иронически улыбнулся... - Но от этого проблема как таковая не перестанет существовать. Верно?..

- Да нет такой проблемы, - сплеча рубанул кандидат.

Теперь засмеялся Глеб. И подытожил:

Ну, на нет и суда нет! Баба с возу – коню легче, - добавил Глеб. - Проблемы нету, а эти... - Глеб что-то показал руками замысловатое, - танцуют, звенят бубенчиками... Да? Но при желании... - Глеб повторил: - При же-ла-нии - их как бы нету. Потому что если... Хорошо! Еще один вопрос...

- «сведение к абсурду», цель которого заключается в том, чтобы показать ложность тезиса (аргумента), противоречащего действительности. Например, Ф.Н. Плевако, замечательный адвокат, защищавший старушку, укравшую жестяной чайник стоимостью 50 копеек:

«Много бед и испытаний пришлось претерпеть России за ее больше чем тысячелетнее существование. Печенеги терзали ее, половцы, татары, поляки. Двенадцать языков обрушилось на нее, взяли Москву. Все вытерпела, все преодолела Россия, только крепла и росла от испытаний. Но теперь, теперь... старушка украла старый чайник ценою в пятьдесят копеек. Этого Россия уж, конечно, не выдержит, от этого она погибнет безвозвратно».

И суд оправдал старушку.

- «довод к человеку», цель которого заключается во влиянии на чувства (мнения, интересы) слушателей, склонить аудиторию на свою сторону. Например, А.П. Чехов в рассказе «Случай из судебной практики» показал прокурора, доказавшего вину подсудимого:

Мы - люди, господа присяжные заседатели, будем же и судить по-человечески! - сказал между прочим защитник. - Прежде чем предстать перед вами, этот человек выстрадал шестимесячное предварительное заключение. В продолжение шести месяцев жена лишена была горячо любимого супруга, глаза детей не высыхали от слез при мысли, что около них нет дорогого отца! О, если бы вы посмотрели на этих детей! Они голодны, потому что их некому кормить, они плачут, потому что они глубоко несчастны... Да поглядите же! Они протягивают к вам свои ручонки, прося вас возвратить им их отца!...

- Взгляните на его глаза! ...Неужели эти кроткие, нежные глаза могут равнодушно глядеть на преступление? О, нет! Они, эти глаза, плачут! Под этими калмыцкими скулами скрываются тонкие нервы! Под этой грубой, уродливой грудью бьется далеко не преступное сердце! И вы, люди, дерзните сказать, что он виноват?

Тут не вынес и сам подсудимый. Пришла и его пора заплакать. Он замигал глазами, заплакал и беспокойно задвигался.

Виноват! - заговорил он...

Подсудимый во всем сознался. Его осудили.

- атака вопросами, целью данного приема является сделать затруднительным положение оппонента. Например, в эпизоде из романа Ю. Семенова «Семнадцать мгновений весны» шеф политической разведки Шелленберг удачно затащил в спор о праве человека на веру в заговоры (приметы) молодого советского дипломата;

- прием бумеранга, при котором аргументы обращаются против тех, кто их высказал. Например, в рассказе С. Званцева «Дело Вальяно» описан такой случай:

В Таганрог прибыл новый прокурор, охваченный жаждой карьеры. Он возбудил дело против Вальяно, которое двигалось с необычайной быстротой. Никакие попытки подкупить прокурора не удались. Вальяно грозили три месяца тюрьмы, а главное – штраф за контрабанду в размере 12 миллионов рублей, то есть все его состояние.

В качестве защитника был приглашен А.Я. Пассовер, специалист по гражданским искам.

И вот заседание суда. Обвинительную речь произносит прокурор. Она длится три часа. Вина Вальяно доказана. По сравнению с прокурором защитник необычайно краток. Он говорил не более 5-6 минут. ...

- В год прокурор получает три тысячи 600 рублей, - высчитывал вслух «добродушный» адвокат, - в месяц - триста, стало быть, в день, в том числе и сегодняшний день, - рублей десять. Произносил прокурор свою речь сегодня три часа, сказал за свои десять рублей 45 тысяч слов. Сколько же стоит слово прокурора?

Вытянувшись, Пассовер крикнул:

- Грош цена слову прокурора!

Процесс был выигран. Вальяно оправдали.

2.10.2 Практические занятия № 16-17

Наименование оценочных средств: опрос, самостоятельная работа (домашние задания), дискуссия, тестирование.

1 Вопросы для самостоятельного рассмотрения и обсуждения

На практическом занятии обсуждается вопрос, с материалами которого студенты знакомятся самостоятельно, краткое содержание вопроса предлагается.

Вопрос, вынесенный на обсуждение: «**Классификация споров и принципы их ведения**».

На характер ведения публичного спора особое внимание оказывают следующие факторы:

1 *Цель спора*, в зависимости от которой различаются несколько типов споров:

- спор из-за истины, в котором ведется совместное расследование истины, строящееся на тщательно подбираемых доводах, взвешенном оценивании позиции и взглядов оппонентов;

- для убеждения кого-либо, при котором происходит убеждение противника в том, в чем сам искренне убежден;

- для победы, целью которого является победа;

- спор ради спора.

2 *Актуальность проблемы*, предметом спора чаще являются вопросы, отражающие общечеловеческие (коллективные, групповые, ведомственные, профессиональные, личностные и т.д.) интересы.

3 *Число (количество) участников*, здесь выделяются три основные группы:

- спор-монолог;

- спор-диалог, используемый в таких передачах, как: «Судьба человека» с Б. Корчевниковым («Россия-1»), «Мой герой» с Т. Устиновой («ТВЦ»), Дачные истории с Татьяной Пушкиной («Загородный») и др.;

- спор-полилог, часто используемый в СМИ и применяемый при решении важных общественно значимых вопросов.

4 *Формы проведения спора*:

- устная форма, предполагающая непосредственное общение людей друг с

другом, важное место в процессе которого занимают внешние и психологические факторы;

- письменная (печатная) форма - опосредованное общение, являющееся более продолжительным по времени.

5 Уровни организации спора:

- организованные споры обычно готовятся заранее, особым образом планируются, проводятся чаще всего под руководством специалистов;

- неорганизованные (стихийные) споры, при которых выступления участников бывают не всегда достаточно аргументированными.

6 Уровни защиты и опровержения тезиса:

- сосредоточенный спор, при котором участники спора имеют в виду спорный тезис, являющийся центром обсуждения;

- бесформенный спор не имеет такого средоточия, он всегда ведется беспорядочно.

Классификация вопросов в ходе публичной дискуссии включает в себя:

1 *Уточняющие* (закрытые), направленные на выяснение правдивости (ложности) суждения *и восполняющие* (открытые), связанные с получением новых знаний по определенным событиям, явлениям, предметам.

2 *Простые и сложные* (разбиваемые на ряд простых) *вопросы*.

3 *Корректные* (правильно поставленные) *и некорректные* (неправильно поставленные) *вопросы*.

4 *Благожелательные и неблагоприятные вопросы*.

5 *Острые вопросы*, то есть актуальные, принципиальные, жизненно важные вопросы.

Классификация ответов включает в себя:

1 *Правильные* (истинные), логически связанные с вопросом, *и неправильные*, не всегда верно отражающие действительность, ответы.

2 *Позитивные* (стремящиеся разобраться в поставленных вопросах) *и негативные* (выражающие отказ отвечать на вопросы).

Принципы ведения спора:

- принцип подготовки к ведению спора, включающий моделирование будущего процесса ведения спора;
- принцип терпимого отношения к инакомыслящим, показывающий, что каждый участник спора имеет право на свою точку зрения;
- принцип последовательного анализа альтернатив, говорящий о том, что любая проблема имеет несколько вариантов её решения;
- принцип корректного ведения спора;
- принцип «отстранения» в процессе ведения спора, заключающийся в видении всего происходящего в целом;
- принцип преодоления психологических барьеров в процессе ведения спора;
- принцип поэтапного продвижения к истине в процессе ведения спора от его начала до завершения;
- принцип уважения личности оппонента, его мнений, суждений;
- принцип аргументированной конструктивной критики, заключающийся не только в критике противоположной точки зрения, но и в принятии конструктивных предложений, способов решения проблемы.

2 Опрос по теме

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса):

- 1 Почему сегодня по-прежнему актуальна практика ведения публичных дискуссий?
- 2 Докажите это на примерах современных телепрограмм разных телеканалов.
- 3 Почему на современном телевидении достаточно много программ, включающих различные дебаты?

4 Приведите примеры передач, в основе которых лежат разновидности спора или обсуждения проблемы.

5 Какие разновидности спора вы знаете?

6 Назовите их отличия друг от друга. Приведите примеры их использования в СМИ.

7 Какие разновидности публичного обсуждения проблемы вы знаете?

8 Приведите примеры их использования в СМИ.

9 Какие логические операции используются в публичных дискуссиях?

10 Назовите способы опровержения выдвигаемого тезиса (аргументов).

Приведите примеры.

11 Какие полемические приемы используются в современной полемике?

12 Поясните каждый из них, приведя примеры.

13 Какие основные факторы, влияющие на характер спора, вы знаете?

14 Какие типы спора по цели вам известны?

15 В чем заключается актуальность рассматриваемой в споре проблемы?

16 Как определяются основные группы спора, исходя из количества его участников?

17 Приведите примеры из СМИ.

18 Назовите формы проведения спора. Приведите примеры из СМИ.

19 Какие уровни организации спора вы знаете?

20 Назовите уровни защиты и опровержения тезиса.

21 Что собой представляет классификация вопросов?

22 Назовите варианты ответов, имеющих место в споре.

23 Назовите принципы ведения спора.

24 Приведите примеры их использования в СМИ.

25 Поясните специфику каждого из них.

3 Самостоятельная работа

Домашние задания:

1 Определите, о чем не знал карась-идеалист из сказки М.Е. Салтыкова-Щедрина, вступая в диалог:

- *А тебе видно. Не все равно, каким способом в уху попасть?*
- *В какую такую уху? – удивлялся карась.*
- *Ах, прах тебя побери! Карасем зовется, а об ухе не слышал!*

2 О каком правиле дискуссии идет речь в высказывании композитора Д.Б. Кабалевского:

«Если мой собеседник не насилует мою мысль, вызывает меня на размышление и даже на спор – это отлично. Но при этом я хочу видеть у своего собеседника его собственную позицию, ясную и принципиальную...».

3 Приведите примеры публичных дискуссий в СМИ, оценив их проведение с точки зрения эффективности. Какими приемами и правилами публичной дискуссии пользовались её участники?

4 Дискуссия

Тема дискуссии: «Доверие означает не что иное, как убежденность или уверенность в правоте, честности, искренности и основанное на них отношение к кому-либо...» (Б.Н. Лозовский).

Вопросы к дискуссии:

1 Как вы понимаете сущность термина «доверие», однозначно ли это понятие?

2 Что включает в себя понятие «доверительные отношения между людьми»?

3 Какая информация считается доверительной?

4 Возможно ли поверить в честность и искренность человека?

5 Какие знания необходимы журналисту для того, чтобы установить доверительные отношения в общении?

Задания для подготовки дискуссии:

1 Прочитайте статью Б.Н. Лозовского «В лабиринтах доверия», представленную в приложении В), поясните, что он понимает под доверием.

2 Прочитайте слова А. Шилдса, соотнесите их с понятием «доверие»: *«Весь секрет в том, что люди открываются перед тобой в тот момент, когда они поймут, что ты на их стороне».*

3 Подберите примеры из художественной литературы или публицистики, описывающие особенности доверительных отношений между людьми.

4 Вспомните примеры из жизни, в которых были проявлены (не проявлены) доверительные отношения между людьми.

5 Тестовые задания

Тестовые задания по дисциплине представлены в системе «Аист». Тестирование проводится одновременно по нескольким темам перед зачетом.

3 Вопросы к зачету и темы рефератов по дисциплине «Риторика»

Зачет включает вопросы по теоретической части дисциплины. Студенты могут выбрать один из вариантов проведения зачета:

- ответ на вопросы;
- реферат по одной из тем.

Со всеми вопросами, предлагаемыми для зачета студенты знакомятся в течение семестра на лекциях или практических занятиях.

Вопросы к зачету:

- 1 Риторика как наука и учебный предмет.
- 2 Речевая деятельность как составная часть процесса общения в СМИ: коммуникативный аспект речи.
- 3 Речевая деятельность как составная часть процесса общения в СМИ: информативный аспект речи.
- 4 Речевая деятельность как составная часть процесса общения в СМИ: психологический аспект речи.
- 5 Сферы функционирования риторики в обществе.
- 6 Использование знаний по риторике в системе СМИ.
- 7 Речевая коммуникация в профессиональной деятельности журналиста.
- 8 Виды речевого воздействия, применяемые в журналистской деятельности.
- 9 Правила и приемы речевого воздействия и возможность их использования в деятельности журналиста.
- 10 Коммуникативная позиция участников общения.
- 11 Способы речевого воздействия на собеседника.
- 12 Тактики речевого воздействия в профессиональной деятельности жур-

налиста.

13 Сущность понятия диалога.

14 Типы диалога, их использование в деятельности журналиста.

15 Условия эффективного ведения диалога в журналистской деятельности.

16 Монолог как продукт речевой деятельности журналиста.

17 Особенности теле- и радиоречи как разновидности современного публичного монолога.

18 Виды публичных выступлений.

19 Особенности подготовки публичного выступления в журналистике.

20 Техника подготовки выступления.

21 Общие требования к выступлению в СМИ.

22 Использование риторических средств выражения на этапе элокуции.

23 Сущность понятия тропа.

24 Разновидности риторических фигур.

25 Особенности взаимодействия оратора с аудиторией СМИ.

26 Поведение телеведущего в аудитории.

27 Поддержание внимания аудитории в ходе выступления.

28 Основные виды убеждающих выступлений, их использование в СМИ.

29 Демонстрация убежденности оратора посредством аргументации.

30 Предмет публичного обсуждения в СМИ.

31 Использование полемических приемов в публичных дискуссиях.

32 Классификация споров и принципы их ведения.

Темы рефератов:

1 Особенности использования знаний по риторике в журналистской деятельности.

2 Использование прямых и косвенных тактик в телевизионной журналистике (на примере 1-2 программ).

3 Условия успешного ведения диалога в журналистике (на примере ряда интервью в печатных СМИ или ряда передач диалоговой программы в электронных СМИ (по выбору студента).

4 Родовая и видовая классификация публичного монолога, рассматриваемая в современной общественной практике (на 1 примере одного рода и вида красноречия (по выбору), представленном в таблице 7).

5 Использование риторических средств в журналистике (на примере публикаций в печатных СМИ или выступлений в телевизионных и радиопередачах) (по выбору студента).

6 Оценка поведения телеведущего в аудитории (на примере нескольких программ одной и той же телепередачи).

7 Убеждающее выступление на телевидении (на примере выступлений в одной программе).

8 Публичное обсуждение в СМИ (на примере одной программы на телевидении или публикации газет (журналов).

9 Использование полемических приемов в современной публичной дискуссии (на примере участников одной телепрограммы).

4 Образец тестовых заданий для подготовки к контролю качества знаний по дисциплине «Риторика»

Тема 1 «Понятие риторики»

1.1 Что обозначает термин «ораторское искусство» в переводе с греческого языка:

- а) риторику
- б) лингвистику
- в) синтаксис
- г) фонетику

1.2 Признаки чего объединяет в себе риторика:

- а) науки
- б) биологии
- в) математики
- г) литературоведения

1.3 Найдите синоним к слову «элоквенция»:

- а) морфология
- б) фонетика
- в) риторика
- г) лингвистика

1.4 Как назывался в древности учитель практического красноречия в ораторской школе:

- а) специалист
- б) преподаватель

- в) ритор
- г) учитель

1.5 Наука об умении говорить красно и правильно – это ...

- а) фонетика
- б) лингвистика
- в) риторика
- г) синтаксис

1.6 Наука об искусстве выступления ратора на публике – это ...

- а) риторика
- б) математика
- в) лингвистика
- г) логика

1.7 Искусство устной речи – это ...

- а) ораторство
- б) воодушевление
- в) радость
- г) фонетика

1.8 Как сегодня называется человек, умеющий красиво и правильно говорить перед аудиторией?

- а) оратор
- б) воспитатель
- в) родитель
- г) специалист

1.9 Теория красноречия – это ...

- а) фонетика
- б) лингвистика
- в) риторика
- г) синтаксис

1.10 Наличие определенных правил, соблюдение которых обязательно для выступающих - это признаки...

- а) науки
- б) искусства
- в) учебного предмета
- г) литературоведения

1.11 Сколько разделов включает в себя риторика как наука?

- а) 3
- б) 5
- в) 4
- г) 2

1.12 Какие стороны включает в себя структура общения?

- а) коммуникативную, интерактивную, лингвистическую
- б) коммуникативную, интерактивную, перцептивную
- в) интерактивную, перцептивную, морфемную
- г) словообразовательную, коммуникативную, перцептивную

1.13 Восприятие и понимание друг друга в процессе общения – это ...

- а) коммуникация
- б) интеракция
- в) перцепция
- г) словообразование

1.14 Взаимодействие между субъектами общения – это ...

- а) перцепция
- б) интеракция
- в) коммуникация
- г) логика

1.15 Прием, передача и обмен информацией между общающимися субъектами – это ...

- а) коммуникация
- б) интеракция
- в) перцепция
- г) логика

1.16 В каждом коммуникативном процессе содержатся следующие компоненты:

- а) реципиент, сообщение
- б) коммуникатор, реципиент
- в) коммуникатор, реципиент, сообщение, канал связи
- г) коммуникатор, реципиент, канал связи

1.17 Главная задача коммуникативного процесса – это...

- а) условие
- б) тактика
- в) принцип
- г) цель

1.18 В коммуникативном процессе не достигается цель – это...

- а) коммуникативное условие

- б) коммуникативная неудача
- в) коммуникативное удовлетворение
- г) коммуникативный успех

1.19 Грубая ошибка, допущенная в общении – это ...

- а) коммуникативное условие
- б) коммуникативная неудача
- в) коммуникативное самоубийство
- г) коммуникативный успех

1.20 Сколько функций имеет коммуникативный процесс?

- а) 1
- б) 3
- в) 5
- г) 4

1.21 Какая функция коммуникативного процесса связана с передачей информации?

- а) фатическая
- б) информативная
- в) эмотивная
- г) управленческая

1.22 Какая функция коммуникативного процесса связана с использованием эмоций в процессе коммуникации?

- а) фатическая
- б) информативная
- в) эмотивная
- г) управленческая

1.23 Какая функция коммуникативного процесса связана с обменом высказываниями с целью поддержания разговора?

- а) фатическая
- б) информативная
- в) эмотивная
- г) управленческая

1.24 Какая функция коммуникативного процесса всегда присутствует в системе исполнения социальных ролей?

- а) фатическая
- б) информативная
- в) эмотивная
- г) управленческая

1.25 Назовите типы сообщений, соответствующих управленческой функции в коммуникации?

- а) информативные
- б) побудительные
- в) фатические
- г) экспрессивные

1.26 Назовите типы сообщений, соответствующих эмотивной функции в коммуникации?

- а) фатические
- б) экспрессивные
- в) информативные
- г) побудительные

1.27 Назовите типы сообщений, соответствующих фатической функции в коммуникации?

- а) побудительные
- б) фатические
- в) экспрессивные
- г) информативные

1.28 назовите типы сообщений, соответствующих информативной функции в коммуникации?

- а) информативные
- б) побудительные
- в) фатические
- г) экспрессивные

1.29 Какое количество типов отношений существует между участниками процесса коммуникации?

- а) 1
- б) 3
- в) 5
- г) 4

1.30 Назовите виды информационных выступлений:

- а) информация
- б) правила
- в) условие
- г) задача

1.31 Назовите виды информационных выступлений:

- а) лекция

- б) правила
- в) условие
- г) задача

1.32 Назовите виды информационных выступлений:

- а) задача
- б) правила
- в) условие
- г) доклад

1.33 Назовите виды информационных выступлений:

- а) задача
- б) объявление
- в) условие
- г) правила

1.34 Короткое устное сообщение о событии – это...

- а) аннотация
- б) доклад
- в) лекция
- г) информация

1.35 Выступление специалиста в учебном процессе – это...

- а) доклад
- б) лекция
- в) л аннотация
- г) информация

1.36 Развернутое сообщение, раскрывающее значимую научную или об-

щественно-политическую проблему – это...

- а) аннотация
- б) доклад
- в) лекция
- г) информация

1.37 Краткое изложение содержания книги или фильма – это...

- а) аннотация
- б) доклад
- в) лекция
- г) информация

1.38 Укажите аспекты речи, используемые в сфере общения:

- а) коммуникативный, информативный, психологический
- б) информативный, эмотивный, фатический
- в) коммуникативный, информативный, управленческий
- г) коммуникативный, нормативный, этический

1.39 Назовите цели коммуникации:

- а) личностная, социальная
- б) общественная, интерактивная
- в) социальная, эмотивная
- г) нет правильного ответа

5 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины

5.1 Основная литература

1 Ключев, Е.В. Риторика: учебное пособие для вузов / Е.В. Ключев. - М.: Приор-издат, 2005. - 270 с. - ISBN 5-9512-0367-8.

2 Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение: учебное пособие / В.Н. Руднев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: КноРус, 2014. - 352 с. - ISBN 978-5-406-03449-1.

5.2 Дополнительная литература

1 Введенская, Л.А. Деловая риторика: учебное пособие / Л. А. Введенская, Л.Г. Павлова. - 6-е изд., перераб. - Москва: КноРус, 2012. - 416 с.

2 Крылова, М.Н. Риторика: учебное пособие / М.Н. Крылова. - М.: Директ-Медиа, 2014. - 242 с. - ISBN 978-5-4458-8818-5.

3 Михальская, А.К. Сравнительно-историческая риторика: учебное пособие / А.К. Михальская. – М.: ИНФРА-М, 2013.

4 Риторика: учеб. пособие; авт.-сост. Л. В. Анпилогова. - М.: Оренбург. ин-т экономики и культуры, 2010. - 632 с. - ISBN 978-5-94803-031-9.

5 Анпилогова, Л.В. Культура общения в профессиональной деятельности журналиста [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ. - 2019. - 143 с.- ISBN 978-5-7410-2290-0.

6 Анпилогова, Л.В. Подготовка к дискуссии по дисциплине «Риторика» [Электронный ресурс]: методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ. - 2019. - 37 с.

7 Анпилогова, Л.В. Творческая работа студентов по дисциплине «Риторика» [Электронный ресурс]: методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ. - 2019. - 32 с.

5.3 Периодические издания

1 Реклама. Теория и практика: журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018-2020.

2 Альма матер (Вестник высшей школы): журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018-2020.

3 Вопросы языкознания: журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018-2020.

4 Социологические исследования: журнал. - М.: Агентство «Роспечать», 2018-2020.

5.4 Интернет-ресурсы

1 Энциклопедический словарь журналиста (<http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm>).

2 Сайт журнала «Журналист» (www.journalist-virt.ru).

3 Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам (<http://www.jourclab.ru>).

4 Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России (<http://www.portalus.ru>).

5 «Медиалогия» (www.medialogia.ru).

6 «Интегрум» (www.integrum.ru).

7 «Регнум» (www.regnum.ru).

Список использованных источников

- 1 Александров, Д.Н. Риторика: учебное пособие для вузов / Д.Н. Александров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 534 с.
- 2 Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: Аспект-Пресс, 1996. – 376 с.
- 3 Анисимова, Т.В. Современная деловая риторика: учебное пособие / Т.В. Анисимова, Е.Г. Гимпельсон. – М.: Московский психологический институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2002. – 432 с.
- 4 Анпилогова, Л.В. К вопросу о философских исследованиях роли диалога в саморазвитии личности / Л.В. Анпилогова // Вертикаль: вестник молодой науки Урала. Т.IV, №1 (8). – Оренбург: АМУиС, 1999. – С. 43- 47.
- 5 Анпилогова, Л.В. Культура общения в профессиональной деятельности журналиста [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ. - 2019. - ISBN 978-5-7410-2290-0. - 143 с.
- 6 Анпилогова, Л.В. Подготовка к дискуссии по дисциплине «Риторика» [Электронный ресурс]: методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ. - 2019. - 37 с.
- 7 Анпилогова, Л.В. Творческая работа студентов по дисциплине «Риторика» [Электронный ресурс]: методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ. - 2019. - 32 с.
- 8 Анпилогова, Л.В. Информационно-публицистический потенциал региональных печатных СМИ по экологическим проблемам окружающей среды: монография [Электронный ресурс] / Л.В. Анпилогова, Е.С. Белова, Ю.В. Кудашова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019.

- 9 Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 423 с.
- 10 Бернштейн, С.И. Язык радио / С.И. Бернштейн. – М.: Наука, 1977. – 47 с.
- 11 Библер, В.С. Культура. Диалог культур (опыт определения) / В.С. Библер // Вопр. филос. – 1989. - № 6. – С. 31–43.
- 12 Библер, В.С. Мышление как творчество / В.С. Библер. – М.: Политиздат, 1975.
- 13 Бодалёв, А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалев. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 200 с.
- 14 Бодалёв, А.А. Психология общения / А.А. Бодалев. – М.: Изд-во инс-та практической психологии. - Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. – 265 с.
- 15 Вайман, С.Т. Человеческая целостность в перепитиях диалога / С.Т. Вайман // Человек. – 1994. - № 3. – С. 11-21.
- 16 Введенская, Л.А. Культура и искусство речи. Современная риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов-на –Дону: «Феникс», 1995. – 576 с.
- 17 Введенская, Л.А. Деловая риторика: учебное пособие / Л. А. Введенская, Л.Г. Павлова. - 6-е изд., перераб. - Москва: КноРус, 2012. - 416 с.
- 18 Гаймакова, Б.Д. и др. Мастерство эфирного выступления: учебное пособие / Б.Д. Гаймакова [и др.]. – М., 1996. – 167 с.
- 19 Гжегорчик, А. Духовная коммуникация в свете идеала ненасилия / А. Гжегорчик // Вопр. филос. – 1992. - № 3. – С. 54-65.
- 20 Головин, Б.Н. Как говорить правильно. Заметки о культуре русской речи / Б.Н. Головин. – М.: Высш. шк., 1988. – 160 с.
- 21 Головин, Б.Н. Основы культуры речи / Б.Н. Головин. – М.: Высш. шк., 1988. – 320 с.
- 22 Горохов, В.М. Основы журналистского мастерства: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика» / В.М. Горохов. – М.: Высш. шк., 1989. – 147 с.

- 23 Граудина, Л.К. Теория и практика русского красноречия / Л.К. Граудина, Г.И. Миськевич. – М.: Наука, 1989. – 256 с.
- 24 Диалог о диалогике // Вопр. филос. – 1992. – № 12. – С. 139-150.
- 25 Жинкин, Н.И. Речь как проводник информации / Н.И. Жинкин. – М.: Наука, 1982. – 157 с.
- 26 Зарецкая, Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н. Зарецкая. – М.: Дело, 2001. – 480 с.
- 27 Иванова, С.Ф. Искусство диалога, или Беседы о риторике / С.Ф. Иванова. – Пермь: Зап.–Уральс. уч.–науч. центр, 1992. – 201 с.
- 28 Искусство разговаривать и получать информацию. Хрестоматия; сост. Б.Н. Лозовский. – М.: Высш. шк., 1993. – 303 с.
- 29 Каган, М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений / М.С. Каган. – М.: Политиздат, 1988. – 319 с.
- 30 Ключев, Е.В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): учебн. пособие для студентов / Е.В. Ключев. – М.: «Приор», 2001. – 272 с.
- 31 Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. - Москва: Аспект Пресс, 2001. - 287 с.
- 32 Корнилова, Е.Н. Риторика – искусство убеждать: своеобразие публицистики античной эпохи: учебное пособие / Е.Н. Корнилова. – Москва: УРАО, 1998. – 206 с.
- 33 Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс–медиа / В.Г. Костомаров. – М., 1994.
- 34 Кузнецов, И.Н. Риторика / И.Н. Кузнецов. – Мн.: Амалфея, 2000. – 464 с.
- 35 Куликова, Л.Н. Проблемы саморазвития личности / Л.Н. Куликова. – Хабаровск: Изд-во ХГПУ, 1997. – 315 с.
- 36 Культура русской речи: учебник для вузов; под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. – М.: Издат. Группа НОРМА-ИНФРА – М, 1999. – 560 с.

- 37 Лекторский, В.А. О толерантности / В.А. Лекторский // Философские науки. – 1997. - № 3-4. – С. 14 – 18.
- 38 Львов, М.Р. Риторика. Культура речи: учебное пособие для студентов гуманитарных факультетов вузов / М.Р. Львов. - М.: «Академия», 2002. – 272 с.
- 39 Москвин, В.П. Риторика и теория коммуникации. Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. – Москва: ЛИБРОКОМ, 2015. – 218 с.
- 40 Ножин, Е.А. Мастерство устного выступления / Е.А. Ножин. – М.: Политиздат, 1982. – 256 с.
- 41 Образовательные возможности общения в деятельности журналиста: учебное пособие; под ред. доцента Л.В. Анпиловой; авторы-сост.: Л.В. Анпилова, И. А. Магеррамов, Т.Н. Тюлюлюкина. – Оренбург, 2000. – 385 с.
- 42 Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов; под общ. ред. проф. Л.И. Скворцова. – 24 изд., испр. – М.: ООО «Издательство Оникс», ООО «Издательство «Мир и образование», 2008. – 1200 с.
- 43 Павлова, Л.Г. Спор, дискуссия, полемика: кн. для учащихся ст. классов сред. шк. / Л.Г. Павлова – М.: Просвещение, 1991. – 127 с.
- 44 Петров, О.В. Риторика: учебник / О.В. Петров. – Москва: Проспект, 2014. – 424 с.
- 45 Померанц, Г.С. Диалог и молчание / Г.С. Померанц // Человек. – 1996. - № 3. – С. 60-64.
- 46 Пронин, Е.И. Выразительные средства журналистики / Е.И. Пронин. – М.: МГУ, 1980. – 64 с.
- 47 Психологические аспекты общения. Материалы к лекциям. – С.-П., 1992. – 94 с.
- 48 Риторика монолога; под ред. А.И. Варшавский. – СПб.: Химера трэйд, 2002. – 240 с.
- 49 Риторика: учеб. пособие; авт.-сост. Л. В. Анпилова. – Оренбург: Ин-т экономики и культуры, 2010. - 632 с.

50 Сенкевич, М.П. Культура радио- и телевизионной речи: учеб. пособие для вузов / М.П. Сенкевич. – М.: Высш. шк., 1997. – 96 с.

51 Смелкова, З.С. и др. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: учебное пособие / З.С. Смелкова [и др.]. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 320 с.

52 Солганик, Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990 – 1994 гг.) / Г.Я. Солганик // Журналистика и культура русской речи. Вып. 1. – М.: МГУ, 1996. – С. 13 – 25.

53 Сопер, П.Л. Основы искусства речи / П.Л. Сопер. – М.: Прогресс-академия, 1992. – 415 с.

54 Социальная практика и журналистский текст; под ред. Я.Н. Засурского и Е.И. Пронина. – М.: МГУ, 1990. – 173 с.

55 Стернин, И.А. Практическая риторика: учебн. пособие для студ. высш. учебн. завед. / И.А. Стернин. – М.: «Академия», 2003. – 272 с.

56 Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь русского языка / Д.Н. Ушаков. – Москва: Славянский Дом Книги, 2014. – 960 с.

Приложение А

(справочное)

Е.М. Лазуткина

Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы (по материалам издания «Культура русской речи» (1999))

Таблица А.1 – Речевые стратегии, тактики и приемы

Наименование	Функциональная принадлежность	Пояснения
Речевые стратегии	Выявляются на основе анализа хода диалогового взаимодействия на протяжении всего разговора.	Стратегию определяет макроинтенция одного (или всех) участника диалога, обусловленная социальными и психологическими ситуациями. Она связана с поисками общего языка и выработкой основ диалогического сотрудничества. Речевые стратегии соединяют в диалоге элементы игры и ритуального речевого поведения. Речевые стратегии делятся на кооперативные (разные типы информативных и интерпретативных диалогов) и некооперативные (нарушение правил речевого общения).
Речевые тактики	Выполняют функцию способов осуществления стратегии речи.	Тактики формируют части диалога, группируя и чередуя модальные оттенки разговора (оценки, мнения, досаду, радость и т.п.). Особого рода речевые тактики нужны для установления контакта между говорящими (фатическое общение). В спонтанно возникающих беседах, имеющих только конативные цели (установление речевого контакта), часто повторяются одни и те же тактики. Тактики несут на себе печать национальной психологии. В направленных диалогах, информативной стратегии или стратегии побуждения к действию, обмена мнениями по ряду вопросов с целью принятия решений широко используются тактики неявного смысла, неявного способа информирования, неожиданной смены темы.

Приемы речевого воплощения стратегий и тактик	Разделены на тривиальные и нетривиальные способы выражения смысла.	Тривиальные способы – это сложившиеся в языковой системе стереотипы выражения в заданном стилистическом ключе, организуются ансамбли разноуровневых средств: - при этом в тесном взаимодействии выступают лексические элементы и синтаксические конструкции, исторически сложившиеся соответствия порядка слов и моделей предложений, типы инверсий; - приемом вариативного представления реальных ситуаций является коммуникативная синонимия фрагментов предложений; - приемы выражения ролевых отношений в диалоге также стереотипизованы; - существуют неявные способы выражения смысла высказывания, точки зрения говорящего. Они опираются на известные факты, общепринятые оценки или мнения говорящего; - средством выражения кооперативной стратегии являются разные способы оценки собственной речи; - главное и специфическое средство построения речевого общения и реализации тактических задач – регулятивные элементы, принадлежащие к разным уровням языковой системы, объединенные общей функцией динамичной организации речевого взаимодействия. Нетривиальные способы осуществления стратегий и тактик в речевом общении требуют нетривиальных мыслительных «кодов» от адресата, так как передают смысл неочевидными средствами. Сюда относится косвенное информирование, вертикальный контекст разговора, намеки.
--	---	--

Приложение Б

(справочное)

Е.М. Лазуткина

Причины коммуникативных неудач

(по материалам издания «Культура русской речи» (1999))

Коммуникативные неудачи – это отсутствие возможности достижения коммуникативной цели, отсутствие взаимодействия и взаимопонимания между участниками процесса общения [36].

Выделяются следующие неблагоприятные факторы, представленные в таблице Б.1, приводящие к коммуникативной неудаче.

Таблица Б.1 – Причины коммуникативных неудач

Причины	Характеристика	Проявления нарушения коммуникации
Чуждая коммуникативная среда.	В такой среде царит дисгармония, отсутствует настроенность собеседников на феноменальный мир друг друга. В диалоговом общении собеседники чувствуют дискомфорт, мешающий им осознать себя в данной ситуации и определить тональность своего речевого поведения.	Неполный речевой контакт (даже при заинтересованности в общении) может проявляться в низком темпе обмена репликами, высказываниях неупомянутых, неуместных шуток и эмоциональных реакций (например, в иронии вместо сочувствия), неправильной интерпретации и в целом в «диссонансном» обмене репликами.
Нарушение паритетности общения.	Имеет место нарушение правил солидарности, кооперации собеседников.	Это проявляется в доминировании одного участника разговора. При этом определяющую роль играют такие факторы, как психологические черты участников общения, социальный статус, эмоциональные отношения, культурные навыки.
Живое речевое общение ритуализировано.	Нарушается правило искреннего доброжелательного отношения к собеседнику, т.е. этические нормы.	В ритуализированной реплике все прагматические характеристики речи (кто – кому – что – почему – зачем) нивелируются. Говорящий не проверяет «ценность» своего высказывания по вниманию слушателя, его участию в разговоре, в создании содержательной канвы общения. Имеет место употребление «набора слов» к случаю.

Неуместное замечание в адрес слушателя.	Может быть истолковано как недоброжелательное отношение говорящего (нарушение правила кооперации, солидарности, релевантности).	Неуместность может быть вызвана неспособностью говорящего уловить настроение собеседника, определить ход его мысли. Несовпадение социокультурных особенностей участников общения также может повлечь за собой неуместные фразы, приводящие к коммуникативному провалу.
Неоправданность коммуникативных ожиданий слушателя.	Причины неудачного общения лежат в сфере социокультурных стереотипов, фона знаний, психологических пристрастий (принятие / непринятие действий или черт характера собеседника).	Неясность для слушателя слов с абстрактным значением или слов-терминов, соответствующих специальным областям знаний. Дискомфорт общения, неправильная интерпретация и отчуждение возникают в случае неправильной линейной организации высказывания. Языковое осмысление событий и фактов у различных людей различно, индивидуально, поэтому попытки слушателя извлечь смысл из услышанной фразы могут быть напрасными.

Приложение В

(обязательное)

Б.Н. Лозовский

В лабиринтах доверия

Доверительные отношения между людьми – одна из всегда желанных целей общения. А сам термин «доверие» означает не что иное, как убежденность или уверенность в правоте, честности, искренности и основанное на них отношение к кому-либо. С тем, в ком уверены, идут в разведку. На того, кто убеждает в своей искренности, честности, порядочности, обычно опираются в любом деле. Западные теоретики “социальной драматургии” небезосновательно утверждают, будто в людском общении есть “авансцена”, где происходит непосредственное взаимодействие, и “кулисы”, а там, естественно, творится все недоступное для глаз других. Если уж пользоваться подобной терминологией, то доверяют тому, у кого нет “кулис”, “заднего плана”.

Отсюда – недоверие – есть отсутствие уверенности в честности другого. И это положение действует совершенно одинаково между отцами и детьми, между руководителями и подчиненными, между государствами и народами.

Однако, что же понимать под доверительной информацией? Психолог В.С. Сафонов в одном из экспериментов задал сотне опрашиваемых вопрос: “Какая информация (мысли, чувства, переживания и т.д.) является доверительной?” Ответы были разделены на четыре группы:

- информация (мысли, чувства, переживания) о жизненном пути человека, “жизненной философии”, его отношение к себе как личности и т.д.;
- информация о содержании деятельности и отношений к ней;
- информация о семейных отношениях;
- информация о формах проведения досуга.

Мы видим, что, доверяя, человек говорит *о себе, о своих переживаниях, о своей деятельности*. И вот этот личностный, откровенный характер информации и придает ей доверительность.

Если так, то можно ли вызвать человека на откровенность? Разве только священники – виртуозы общения, коль скоро к ним на исповедь идут верующие? У журналистов, например, это профессиональная задача, им по долгу службы приходится каждый раз, встречаясь с новым собеседником, устанавливать контакты, вызывать доверие.

Известный журналист Василий Песков как-то сказал, что для контакта с собеседником нужно сначала поговорить самому. По такому рассказу визави получает первое представление о журналисте.

Анатолий Аграновский часто вспоминал совет отца, журналиста – известинца: “Идешь на первое интервью – говори сам. Во второй вечер можешь уже слушать. Вот тогда выйдет разговор”.

Смысл всех “тактических” ходов газетчиков – в том, чтобы рассказать собеседнику о себе, причем не судьбу свою и её перипетии излагать, а “подать себя”. Для чего? Да все дело в том, что доверие есть уверенность собеседника в другом, в том, что он не подведет, и дело, затеянное с ним, будет сделано подобающим образом. А как быть уверенным в человеке, которого не знаешь? “Подавая себя”, мы снимаем незнание о нас у собеседников, обнаруживаем свое отношение к человеку, предмету разговора. Один из опытных работников села на во-

прос: “Как Вы относитесь к нашему брату журналисту?” – ответил: “Если я его знаю, знаю его намерения, то, конечно, отношусь нормально”.

В кинофильме М. Антониони “Профессия: репортер” есть примечательный эпизод, где журналист ведет разговор с африканским шаманом.

Колдун. Господин Локк, я мог бы дать вам абсолютно исчерпывающие ответы на эти вопросы... но не думаю, чтобы вы могли благодаря им чему-нибудь научиться. Ваши вопросы говорят значительно больше о вас, чем мои ответы могли бы рассказать обо мне.

Локк (за кадром). Я задавал их вам абсолютно искренне.

Колдун. Господин Локк, беседа у нас с вами может состояться, но при условии, что речь будет идти не только о том, что вы считаете искренним, но и о том, что я считаю честным.

Локк (за кадром). Да, конечно, но...

Колдун подходит к съемочной камере. Его протянутые руки и фигура заполняют весь экран. Быстрая круговая панорама по площадке, и в кадре – Локк, стоящий на коленях, с растерянной полуулыбкой на губах; это колдун повернул камеру на штативе так, что она оказалась направленной на Локка.

Колдун (за кадром). Вот теперь, если хотите, у нас может состояться интервью. Можете задавать мне те же вопросы.

Из этого весьма тонкого психологического этюда следует важный для наших рассуждений вывод: мало проявлять искренний интерес к собеседнику, самому быть искренним в общении с ним, важно, чтобы тот поверил в эту искренность и честность.

Ветеран рабочей прессы США Арт Шилдс считает: “Весь секрет в том, что люди открываются перед тобой в тот момент, когда они поймут, что ты на их стороне”.

Доверие между людьми зависит также и от принадлежности их к тем или иным общностям. По идее И. Ильина, опубликовавшего эссе “О любезности” еще в 1912 г., каждый из нас – центр ряда концентрических кругов; чем меньше радиус круга, тем интенсивнее наше чувство к людям. Основные круги: круг интимной, исключительной любви; круг приличия; круг деликатности; круг любезности; круг вежливости; круг приличия; круг индифферентного отношения. Оказывается, чем меньше радиус круга, тем выше степень доверительности общения. В кругах с увеличивающимися радиусами помещаются люди с разной степенью близости. Последний круг займут те, для кого “выдавать” доверительную информацию мы посчитаем нецелесообразным. Но отношения доверия могут возникнуть и с человеком из того, самого дальнего круга. В противном случае вовсе не имело бы смысла добиваться доверительных отношений.

Отнюдь не последнюю роль в отношениях доверия играют и собственно личные качества человека. Один из первых ведущих “Кинопанорамы” А. Каплер, говоря о письмах телезрителей, приподнимает завесу над таинством общения человека на экране и телезрителей: “Люди писали о своей жизни, о сложностях её, просили дать совет по глубоко личному вопросу – искренние, доверительные, трогательные обращения как к старшему другу, который знает о жизни больше и может, наверное, разрешить сомнения...” Экран многократно увеличивает популярность, престиж, авторитет человека, а это располагает к доверительным отношениям.

Ну, а как быть тогда, когда на доверие собеседника рассчитывать не приходится, скажем, в общении с враждебно настроенным собеседником?

Авторы книги “Современная журналистика” Дуглас Андерсон из университета штата Аризона и Брюс Итул из газеты “Чикаго трибюн” для решения этой задачи предлагают следующие способы:

Не ведите себя как прокурор. Избегайте неприятных вопросов. Если же вам нужно задать такие вопросы, попытайтесь отложить их на окончание интервью.

Выражайте симпатию и понимание. Это не означает, что вы должны быть на стороне собеседника, когда вы уже работаете над текстом.

Искренне попытайтесь понять позицию собеседника, отыскать разумное объяснение обвинениям, выдвинутым против него.

Задавайте вопросы так, как будто вы осведомлены. Дайте понять собеседнику, что вы сделали свою домашнюю работу.

Если вы слышали какие-то дискредитирующие собеседника вещи, повторите некоторые из них. Часто люди открываются, реагируя на обвинения против них.

Продолжайте задавать вопросы, пока собеседник не вешает трубку или не просит вас покинуть офис.

Из шести этих нетривиальных рекомендаций по меньшей мере первые четыре связаны с попыткой, пусть безнадежной подчас, заполучить доверие источника информации для журналиста...

Искусство разговаривать и получать информацию.
Хрестоматия / Сост. Б.Н. Лозовский. – М., 1993. – С. 96-98.

Приложение Г

(обязательное)

Виталий Бродзкий

Виктор Мережко: «Полеты во сне и наяву»

смотрю раз в два месяца как некую инъекцию душевную

Завтра на ТВЦ – фильм Романа Балаяна “Полеты во сне и наяву”. Своими воспоминаниями мы попросили поделиться драматурга и сценариста фильма Виктора МЕРЕЖКО.

- Виктор Иванович, сценарий писался под конкретного человека?

- Сценарий писался под конкретного актера, но не под Янковского. Я не хочу называть это имя. Оно слишком известное. Это один из наших крупных режиссеров, он же – хороший актер. Но так уж случилось: когда Балаян прочитал сценарий, то сказал, что этот актер совсем не подходит. В это время он посмотрел картину Лиозновой “Мы, нижеподписавшиеся...”, и ему очень понравился Янковский. Балаян попросил меня поговорить с ним, и если Олег согласится, то он без проб берет его на роль. Я позвонил Олегу и попросил прочитать сценарий (на мой взгляд, хороший):

- О, нет! Армянин, на студии Довженко, я сниматься не буду.

- Ну, хотя бы возьми, прочитай”.

Он долго упирался. Я привез сценарий на служебный вход в “Ленком”. И он, когда ехал в Таллинн на съемки “Собаки Баскервилей”, прочитал его. Когда вернулся, позвонил мне и сказал, что это гениальный сценарий, что он будет сниматься, как он выразился, хоть на Монголкино.

- А как повел себя отвергнутый артист?

- Тот актер весьма болезненно отреагировал на такую замену. Но потом вроде все образовалось.

- Эта история взята из жизни или выдумана?

- Конечно же, она выдумана, но соткана из реальных вещей. Главный герой во многом повторяет судьбу моего старшего брата, к сожалению, покойного. Проблему лишнего человека в те годы для себя я формулировал как проблему моего старшего брата. Попытка героя уехать к матери на товарняке списана с меня. Так я из Одессы добирался до своей мамы. Свои или чужие факты я подгонял уже под выработанную конструкцию сценария.

- Людмила Марковна Гурченко сразу согласилась сниматься в фильме?

- Мы были с ней в очень хороших отношениях. И ей понравился сценарий. А потом Балаян обаял всех своей армянской нежностью, мудростью, юмором.

- Как вы относитесь к этой картине?

- У меня много фильмов, более четырех десятков. Но этот один из самых приятных, нежных и добрых.

- Значит, желание посмотреть еще раз есть?

- Я буду обязательно его смотреть. Более того, скажу: у меня есть далеко не все мои фильмы на кассетах. Но эта картина есть, и я её раз в два месяца обязательно смотрю как некую инъекцию душевную.

«Комсомольская правда»

25 сентября 1999 г.

Приложение Д

(обязательное)

Татьяна Юлаева

Параллельные миры Ольги Окуновой, или Поезд не может уйти без тебя

Мне кажется, что мы знакомы давным-давно, хотя прошло всего шесть лет с тех пор как на выставке под названием “Магический квадрат” в музее изобразительных искусств я впервые увидела её удивительные офорты. Перенесенные чудесным способом на бумагу неясные мечты, волнующие звуки, ускользающие сновидения, которые так хочется удержать, выстроить в логическую цепочку, опознать лица, предметы, время и место действия... А вместо этого из разбитого тенью-шепотом и пронзительным светом-криком пространства листа наплывают новые сюжеты-воспоминания, сюжеты-ожидания...

Её работы сродни философским притчам – “Прилет птиц”, “Прогулки по парку”, “Дом и сад” – столько в них внутреннего смысла, подтекста, иносказаний, загадок, тайны...или музыки – “Смятение”, “Сентябрьский мотив”, “Утренний сад”, “Апрельский пейзаж”, “Ночная мечта...”.

Тронул струну, и отозвалось в душе, зазвучала – нет, не песенка, а, по меньшей мере, волшебная сюита в исполнении камерного оркестра, где каждый волен слышать что-то свое...

– Это хорошо, если работа будит разные чувства, ассоциации, мысли. Когда меня спрашивают, о чем это? Я честно отвечаю: не знаю. Откуда-то возникает импульс. Потом образ и символ. Начинаешь “гонять” композицию. В смысле ремесла. А она уходит в сторону. Появляются какие-то другие фрагменты. Вместо одного листа рождается серия.

– Ольга уверена, что о работе можно говорить, но её нельзя точно перевести на язык слов, как текст с французского на русский. Если бы она могла объяснить словами то, что запечатлела на картине, то писала бы прозу или стихи...

– Да, вот так: сидела бы с тетрадкой на кухне, а не металась бы на Челюху (творческая дача Челюскинская под Москвой, где художница главным образом и создает свою “нетленку”), не возилась бы с пластинами, инструментом, не дышала бы вредными для здоровья парами кислоты...

– *И все-таки, наверное, символы появляются не случайно. Дом. Он так часто присутствует в твоих работах... Что это?*

– Скорее всего, душа...

– *А в реальном мире?*

– Дом? Детство. Рай потерянный. Счастье. Покой. Такая ностальгия, тоска по детству. Не по месту, где оно прошло, а по мироощущению. По счастью. Когда сзади никакого горба прошлого нет и будущего тоже – о нем не думаешь. Утром просыпаешься с ощущением радости...гармонии. Почему в детстве все хорошо, где бы ты ни рос – на городской помойке или в деревне? Потому что жизнь кажется бесконечной. А самая великая тайна мира еще не разгадана.

– *А птицы? Такие непохожие на милых нашему сердцу птах. Их целеустремленный полет вызывает почему-то тревогу, беспокойство, они несут даже какую-то угрозу...*

– Птицы – символ духа свободы. А свобода – страшная вещь. Жестокая. За неё надо бороться. Её надо удерживать. Защитить. Выдержать. И нужна ли она вообще? Если плата за

неё – одиночество. По большому счёту, оно мало кому нужно. Но художник на него обречён, поскольку стремится к свободе. И в творчестве, своём параллельном мире, получает почти абсолютную свободу, ограниченную только форматом листа. Это дорого стоит. Если я по каким-то причинам не могу рисовать, тот впадаю в депрессию. Совершенно жуткую. Ты как цирковой. Есть такое понятие. В средневековье их даже хоронили за пределами церковной ограды. Притом, что без искусства человек как бы жить не может. С веками ничего не изменилось.

– *И что тебе мешает вернуться обратно в свой параллельный мир? Тебе нужны новые впечатления?*

– Нет. Они тебя переполняют. Можно просто взглянуть в окно... Мешают обыкновенные житейские дела. Я так же, как и все, завишу от быта. От денег. От состояния здоровья. И даже от настроения в обществе. Одиночество, так необходимое в творчестве, оборачивается своей обратной стороной в обычной жизни. Впервые я это особенно остро ощутила, когда потеряла своего учителя. Станислав Косенков, к которому я ездила из Харькова в Белгород в пору студенчества, чтобы постичь нечто большее, чем просто мастерство, был не просто великолепный график. Он мне был как отец. Я очень дорожила его мнением. И после окончания института долгое время ему ничего не показывала, хотя уже были успехи, были выставки. Раз в год писала. Раз в год звонила. Вот думала, поеду в Белгород и тогда... А его жизнь внезапно оборвалась. Хотя в это мне до сих пор трудно поверить. Это невосполнимая утрата.

– *Оля, у тебя в последнее время было столько выставок! И на родине, и в Австралии, и в Индии...*

– Выставки художнику нужны, чтобы его узнали. Но лучше бы ими занимался кто-то другой, а не сам художник. Они отнимают слишком много времени и сил. Полная ассоциация с Новым годом. Ждешь гостей. Наряжаешь ёлку. Жаришь, паришь. Все приходят. Часы 12 бьют, а тебе хочется забиться в угол и спать. Так и выставки – праздник для гостей. Чувствую себя там лишней. Но если у тебя нет возможности у кого-то сидеть на шеи, значит, тебе самому приходится зарабатывать деньги. Надо поддерживать контакты с нужными людьми, заботиться о рейтинге, то, что называется делать карьеру.

– *Художник и деловая женщина?*

– Да, кто сказал, что я деловая?

– *Имидж такой...*

– И что они обо мне знают! Я просто не могу себе позволить быть беспомощной, как тот, с кем рядом есть сильный человек, готовый взять на себя житейские заботы.

– *А может, он тебе и не нужен?*

– Нет, это не так. Только человек может спасти человека. Есть даже такая молитва: “Господи, пошли мне человека!” и тогда обязательно попадётся кто-то: неважно – мужчина или женщина, друг, родственник, просто знакомый, а может, и незнакомый...

– Именно друзья мне помогали в трудную минуту. Даже просто словом. Часто вспоминаю, как в период очередной депрессии, когда мне казалось, что всё ужасно, что ничего не получается, что мой поезд ушёл, одна моя замечательная подруга успокоила меня своей житейской мудростью. Она сказала, что мой поезд просто не может уйти, потому что я в нём еду и потому, что я сама и есть поезд. Просто надо успокоиться и подождать, когда загорится зелёный. Она была права. Человек всё равно своё получит. Когда это поймешь, жить становится легче.

Ольга, скорее всего, права. Во всяком случае, её жизнь как бы соткана из закономерностей: её творчество не просто замечательно, оно оценено и зрителями, и профессиональными искусствоведами, и критиками. И государством. Недавно ей присвоено звание заслуженного художника России. То, за что она как бы берётся, обретает вдруг далеко идущие последствия. Поехала на свой страх и риск на симпозиум в Австрию, получила приглашение устроить персональную выставку. Потом была вторая. Был успех. Кое-что удалось

продать, причём одна из работ украшает мэрию Куфштейна. На вырученные деньги отправилась в Венецию: а что сидеть и ныть про то, что нет денег? Из списка к предполагаемому изданию книг в Екатеринбургском издательстве, где она очень удачно проиллюстрировала Бунина (мечтала же стать книжным графиком, училась этому делу), остановилась на индийском эпосе “Махабхарата”. Книга не состоялась, зато Ольгины работы экспонировались в индийском посольстве в Москве, и она получила приглашение в Индию. Творчество художницы там было высоко оценено и востребовано. Её работы теперь можно увидеть в Музее современного искусства в Индии. А сама Ольга там всегда желанная гостья. И сама она просто больна Индией, где ей открылось ещё одно параллельное пространство, целый мир восточной культуры, философии, музыки. И хотя Ольга категорически отделяет талант от интеллекта, ей не откажешь ни в том, ни в другом. Просто она интеллектом, как резцом, шлифует свой талант.

- *Чего ты хочешь ещё от этой жизни, кроме очередной поездки в Индию?*
- *Ну, знаешь. Наверное, успеть сделать то, что должна сделать, что ощущаю, как обязанность. Реализовать то, что переполняет. Нереализованность съедает душу. А времени, сил, способностей не хватает. Ощущение, что предаешь себя. Надо упокоиться и начать работать...*

*«Оренбургская неделя»
17 декабря 1998 г.*

Приложение Е

(рекомендуемое)

Темы для убеждающего выступления

1 «Весь секрет в том, что люди открываются перед тобой в тот момент, когда они поймут, что ты на их стороне» (А. Шилдс).

2 «Нет ничего внутри, ничто не исходит оттуда, поскольку все, что внутри, - снаружи» (И. Гете).

3 «Образование приобретается чтением книг, но другое, более важное образование - знание мира, - приобретается только чтением людей и изучением различных их изданий» (Лорд Честерфильд в «Письме к сыну»).

4 «Человеческое общение основано на этой глубинной диалектике различия партнеров и их стремления к единству, которое, однако, должно привести не к стиранию этих различий, а к «единству многообразия», как издавна определяли философы гармонию» (М.С. Каган).

5 Общение двух людей не отношение «двух монад, замкнутых в себе, между которыми существует некая предустановленная гармония; скорее это два скрещающихся взгляда, две отталкивающиеся свободы, два партнера, завязывающие диалог» (М. Дюфрен).

6 «Каждый стоит столько, сколько стоит дело, о котором он хлопочет» (римский император Марк Аврелий).

7 «Вместо того, чтобы стремиться узнать других, мы хлопочем только о том, как бы выставить себя напоказ, и наши заботы направлены скорее на то, чтобы не дать залежаться своему товару, нежели приобрести для себя новый» (М. Монтень).

8 «Как можно больше требовательности к человеку и одновременно как можно больше уважения к нему» (А.С. Макаренко).

9 «С духовной пищей получается так же, как с едой: мы питаемся не тем, что съедаем, а тем, что усваиваем» (Вальтер Винклер).

10 «Кто не знает, в какую гавань он плывет, для того нет попутного ветра» (Сенека).

11 «Не следует требовать от оратора точных доказательств, - указывал Аристотель, - точно так же, как от математика не следует требовать эмоционального обсуждения».

12 Я не согласен ни с одним словом, которое Вы говорите, но готов умереть за Ваше право это говорить (Вольтер).

13 Диалогическое общение – «наиболее радикальный путь, ведущий к организации продуктивных контактов одного человека с другим» (А.А. Бодалев).

14 Диалог представляет собой «активный, двусторонний характер взаимодействия партнеров» (Г.М. Кучинский).

15 «Человек – это сумма прошлого» (Уильям Фолкнер).

Приложение Ж

(рекомендуемое)

Параметры и характеристика аудитории с риторической точки зрения

Риторика рассматривает достаточно широкий спектр параметров аудитории, наглядно представленных в таблице Ж.1:

- объективные (не зависящие от журналиста и его материала и являющиеся неотъемлемым признаком аудитории);
- субъективные (зависящие от того, кто именно предлагает материал (определенные издания и журналист) [8; 49].

Таблица Ж.1 – Параметры и характеристика аудитории с точки зрения риторики

Объективные параметры	Их характеристики			
1 Демографическая характеристика	естественные черты: пол, возраст, национальность, общий уровень образования и культуры	социальное положение: рабочие, крестьяне, интеллигенция, «новые русские» и т. п.	должность: чиновники, учителя, руководящие работники и т. п.	выявление ситуативных групп, связанных с состоянием общества, государства (например, беженцы)
2 Интеллектуальная характеристика	уровень профессиональной подготовки читателей, уровень знаний по теме публикации (специалисты / неспециалисты)	преимущественная ориентация читателей (например, единомысленники) и особенности их мировоззрения (например, верующие)	специфика увлечений читательской аудитории (например, футбольные болельщики, филателисты, владельцы собак и т.п.)	

Объективные параметры	Их характеристики			
3Количественная	межличностное, (когда индивидуальные черты читателя могут быть так или иначе учтены в публикации)	групповое (когда журналист ориентируется не на личностные, а на социальные черты читателей (студенты, коллеги, члены определенной партии), объединенных работой, увлечениями, ситуацией и т.д.)	публичное (публикация рассчитана на весьма многочисленную и неоднородную аудиторию, но все же объединенную чем-либо (например, социальной принадлежностью, возрастной характеристикой и т.д.)	массовое (обращение ко всей читательской аудитории)
Субъективные параметры	Их характеристики			
1Социальный портрет аудитории	степень известности аудитории журналисту	отношения равенства (журналист предполагает знакомство читателя с темой публикации) – неравенства (журналист предполагает, что читатель незнаком или мало знаком с темой публикации) журналиста и аудитории		
2 Отношение к мыслям журналиста	конструктивное, когда у читателей ценностные ориентиры совпадают с теми, что предлагает журналист	конфликтное, когда журналист предполагает, что читатели не разделяют его взглядов	соглашательское, когда журналист предполагает, что у читателей пока нет своего мнения по обсуждаемой проблеме	инфантильное, когда журналист предполагает, что читатели равнодушны к теме публикации и их интерес необходимо простимулировать
3Степень соприкосновения с темой публикации	прямая (отсутствует в печати) и косвенная (взаимодействие читателя с журналистом осуществляется через публикацию) аудитории		первичная (первое знакомство читателя с темой публикации) и вторичная (с темой публикации читатель уже знаком) аудитории	
4Направленность аудитории	потенциальная аудитория, на которую рассчитывает журналист	реальная аудитория, на которую непосредственно ориентируется журналист	целевая аудитория, которая конкретно будет читать материал	