

Русский язык и культура речи и Риторика

Риторика

1. Риторика (от греч. rhetorike – говорю) – теория и искусство красноречия
2. Риторика – филологическая дисциплина, изучающая способы построения художественной выразительной речи
3. Риторика – учебная дисциплина, дающая проверенную опытом систему правил, упражнений, моделей, которые помогут каждому образованному человеку подготовиться и выступить с речью, участвовать в споре, написать доклад, статью, и т.п.

Предмет и задачи Риторики

- **Предмет Риторики** – устная монологическая литературная речь
- **Задачи Риторики:** 1) изучение теоретического материала, 2) чтение, анализ образцовых текстов, моделирование текстов, 3) изучение правил, приемов, моделей создания риторических речей, 4) выполнение разнообразных упражнений в соответствии с целями обучения риторике, 5) свободное творчество.

Риторика в России

Первые русские руководства по Риторике появились в 17 веке. Авторами первых российских трудов по риторике были церковные деятели, ученые: вологодский епископ Макарий, Симеон Полоцкий, Феофан Прокопович. Расцвет Риторике в России приходится на середину 18 века. Огромный вклад в развитие теории искусства красноречия внес выдающийся русский ученый М.В. Ломоносов, создавший «Краткое руководство к красноречию» (1748 г.) и теорию «трех штилей», изложенную в «Предисловии о пользе книг церковных в российском языке».

«Краткое руководство к красноречию»

В этом труде М.В. Ломоносов обозначил основные «средства к приобретению красноречия»: 1) природное дарование, 2) наука, 3) подражание авторам, 4) упражнение в сочинении, 5) знание других наук.

Теория трех штилей

В этом труде М.В. Ломоносов впервые предлагает три основных принципа систематизации лексического состава языка: 1) этимологический (происхождение слова), 2) стилистический (определенные лексические единицы закреплены за определенным типом речи) и 3) функционально-стилистический (отобранные лексические единицы закрепляются за определенным литературным жанром). В соответствии с данными принципами Ломоносов выделяет «три рода речений»: «к первому причитаются, которые у древних славян и ныне у россиян общеупотребительны (бог, рука, слава). Ко второму принадлежат, кои хотя и общеупотребляются мало, однако всем грамотным людям вразумительны (отверзаю, господень, зывают). К третьему роду относятся, которых нет в церковных книгах (говорю, ручей, пока)». Эти группы слов Ломоносов рекомендует к употреблению в речи.

Теория трех штилей (продолжение)

Кроме того, Ломоносов выделяет «слова устарелые, обветшалые», которые непонятны собеседникам (обаваю – ворожу, свене – кроме, вогда – иногда). Их не следует употреблять даже в высоком стиле. И еще Ломоносов выделяет лексику, которую «ни в каком стиле употреблять непристойно, как только в подлых комедиях (таскаться, хрыч)».

За каждым стилем закреплены особые литературные жанры: высоким стилем предлагалось писать оды, поэмы, прозаические речи о высоких материях; средним – театральные сочинения, дружеские письма, сатиры, элегии, «в прозе пристойно описание достопамятных учений»; низким – комедии, эпиграммы, песни, описание обыденных дел.

Современная риторика

В настоящее время существенно расширилось практическое использование Риторики: она находит применение в деловом и бытовом общении, в профессиональной и личной деятельности. Риторика стала необходимым компонентом в системе изучения родного языка, составной частью гуманитарного образования, поскольку в ней интегрируется знание языка и теории литературы, стилистики, психологии. Риторике и Культуру речи объединяет общая цель – поиск наиболее оптимальных алгоритмов общения в разных жизненных ситуациях и условиях коммуникации.

Риторика подразделяется на общую и частную

- **Общая Риторика** изучает общие законы, присущие всем письменным и устным произведениям.
- **Частная Риторика** исследует особенности каждого рода произведений в отдельности, в том числе особенности ораторской речи. **Ораторской речью** называют воздействующую, убеждающую речь, обращенную к широкой аудитории, произносимую профессионалом (оратором) и имеющую своей целью изменить поведение аудитории, ее взгляды, убеждения.

Общая Риторика включает следующие разделы:

1. **Инвенция** - работа над содержанием речи, т.е. определение границ темы, ее формулировка, сбор и накопление материала, его систематизация.
2. **Диспозиция** – рекомендации к построению речи, композиции произведения.
3. **Элокуция** – изучение способов выражения мысли в тексте, «украшение» речи.
4. **Мемория** – способы запоминания подготовленной речи.
5. **Акцио** – рекомендации для проведения успешного выступления, которое зависит от трех факторов: 1) личности выступающего, его компетентности и культуры, умения держаться перед аудиторией, 2) качества всех ступеней подготовки речи – содержательной, языковой, композиционной, 3) артистизма, исполнительской готовности выступающего.

Инвенция. Требование к выбору и формулировке темы речевого произведения

1. Тема должна быть интересной, важной для аудитории, к которой обращается автор. В противном случае не возникнет необходимого контакта между выступающим и аудиторией.
2. Тема должна быть конкретной, не слишком объемной. Различают темы широкого и узкого (предметного) охвата. Сравните: *Природа России – Природа Тверского края*. Широкие темы могут делиться на подтемы, причем существует несколько ступеней деления: *Риторика как наука – История возникновения Риторики – Риторика в России*.
3. Тему необходимо формулировать не только четко, кратко, но и выразительно, образно, чтобы она сразу привлекла внимание аудитории: *Как «читать» партнера по деловому общению*.

Материал для речевых произведений подразделяется на две группы:

1. Материал из непосредственных источников: а) жизненный опыт автора речевого произведения, б) целенаправленные наблюдения, в) воображение, т.е. мысленное создание новых картин, образов, проектов.
2. Материал, полученный опосредованным путем, т.е. собранный, осмысленный и обобщенный другими людьми. Источники – книги, журналы, СМИ.

Диспозиция. Требования к построению основных композиционных частей речевого произведения

- **Вступление** необходимо для установления контакта с аудиторией и подготовки слушателей к восприятию темы. Основное содержание вступления – введение в тему. Ему отводится 5-10% времени всего выступления. Здесь говорится о проблеме, которой посвящена речь, задачах выступления, сообщается план предстоящего выступления.
- **Основная часть**, где раскрывается заявленная тема выступления. Способ изложения материала в основной части зависит от цели, стиля, жанра речевого произведения, от цели выступления: развлекать, воодушевлять, информировать, убеждать, переубеждать, призывать к действию и т.д.
- **Заключение**, где делается обобщение сказанного, формулируются выводы. Заключение занимает 5% времени всего выступления. Тип заключения зависит от характера речи.

Требования к заключению (продолжение)

Для информационных речей характерно заключение, в котором подводится итог сказанному. Обычно заключение предваряется словами *итак, заканчивая выступление, таким образом и под*. В агитационных и воодушевляющих речах концовка представляет собой формулировку основной идеи выступления. При этом главная идея должна быть сформулирована так кратко и выразительно, чтобы побудить аудиторию к действию. Концовкой агитационных речей обычно служит яркое афористическое высказывание, призыв или пожелание. **Главное – заключение содержательно должно перекликаться с вступительной частью.**

Способы строения основной части

- **Ступенчатый** – материал очередного вопроса базируется на предыдущем
- **Концентрический** – один и тот же вопрос рассматривается с разных точек зрения
- **Спиральный** – переход от общего, поверхностного изложения материала к повторному, более детальному и глубокому
- **Дедуктивный** – переход от общих положений к конкретной ситуации
- **Индуктивный** – переход от анализа фактов к их обобщению

Синтаксическое строение основной части

- **Цепная синтаксическая связь:** развитие мысли движется от исходной, известной информации к новой, ранее неизвестной. Та информация, которая была новой в предыдущем предложении, становится известной, исходной в последующем.
- **Параллельная синтаксическая связь:** предмет высказывания во всех предложениях один, и в каждом последующем предложении о нем сообщается какая-то новая информация.

Цепная связь

В день спектакля публика густо стала подходить из ближних деревень в село Огрызово. С любопытством рассматривали плакат-афишу, укрепленную на воротах школы. В школе едва-едва могло уместиться двести человек, народу же набралось с полтысячи. Спозаранку, часов с трех, зал был битком набит. Публика плевала на пол, выражалась, плакат же «Прошу не курить, с почтением автор Мохов» был сорван и пошел на козьи ножки. В комнате от табачного дыма было сизо. День был знойный, душный. В пять часов Павел Мохов стал наводить порядки. Весь мокрый, он стоял вместе с милицейским на крыльце и осаживал напиравший народ (В. Шишков).

Параллельная связь

Градов еще не спал, потому что шел восьмой час вечера. Злились от скуки собаки на каждом дворе. Замечательно – потому что он был один – горел вдалеке электрический фонарь. Небо было так низко, тьма так густа, а город столь тих, невелик и благоденствен, – что почти не имелось никакой природы на первый взгляд, да и нужды в ней не было (А. Платонов).

Способы удержания внимания аудитории

- **Логическая организация речи**, т.е. последовательность, непротиворечивость, обоснованность речи.
- **Создание проблемной ситуации** в ходе изложения материала.
- **Содержательность речи**, т.е. представление новой, неизвестной слушателям информации, оригинальная интерпретация известных фактов.
- **Доступность изложения**, т.е. использование наглядных пособий, примеров, рациональное сочетание теоретических положений с фактами.
- **Выразительность речи**, т.е. использование выразительных средств языка.
- **Драматизация речи, вопросно-ответный ход, обращение к слушателям.**

Логическая организация речи достигается с помощью использования аргументов

- **Аргумент** – логический довод, служащий основанием доказательства.
- **Аргументация** – приведение таких доводов в пользу того или иного утверждения

Виды аргументов в Риторике

- **Логические аргументы (рациональные):** 1) факты – статистические данные, результаты социологических опросов; 2) Обращение к авторитетам; 3) заведомо истинные суждения – законы, теории, аксиомы, традиционно принятые в данном человеческом обществе
- **Психологические аргументы (иррациональные):** они представляют собой обращения к эмоциям, чувствам, желаниям и интересам аудитории. Аргументы, обращенные к аудитории, затрагивают а) чувство собственного достоинства собравшихся, б) материальные, социальные интересы, в) физическое благополучие, свободу, удобства, привычки публики