

МІСЦЕ ТА РОЛЬ РИТОРИКИ У СУЧАСНІЙ ГУМАНІТАРИСТИЦІ

На початок ХХ століття намітилися три гілки у розвитку риторики: політична (революційна), судова і шкільна. Соціальний розвиток суспільств зумовив виникнення неориторики. Засновником її вважають логіка і юриста Хаїма Перельмана, провідного теоретика аргументації, керівника брюссельської школи « нової риторики ». Його ідеї розвивали інші вчені, зокрема Жак Дюбуа та учасники групи «М («мю»), що по-грецьки означало метафора. Пізніше у 1986 р. вони видали працю «Загальна риторика» [2].

Проблема полягала в тому, що аристотелівські логічні аргументи, що так успішно діяли у науковій мові, стали вважатися мало ефективними у гуманітарних науках і суспільному житті (психології, філології, соціології, юриспруденції, політиці). Тому до логічних аргументів у неориторичі додаються ціннісні аргументи (аналогійні, образні, метафоричні, міфічні, тропейні). Там, де не спрацьовують або мало діють логічні аргументи, вступають у дію ціннісні судження: переконують, привчають, виховують самосвідомість вдосконалюють мово мислення і вербальне мовлення.

Відповідно до потреб сучасного глобалізованого й інформатизованого світу, неориторика вносить зміни у трактування риторичних понять: оратор, аудиторія, мета, (цілі) промови.

Оратор у неориторичі – це передусім яскрава авторитетна мовна особистість, що відповідає суті проповідуваного, є носієм людських цінностей, прав людини, добра і справедливості, свободи і щастя. Він повинен вселяти впевненість у людські душі, вести їх за собою і бути гідним ораторського призначення. Це може бути месія, пророк, батько нації, провідник, вождь, керівник, ідеал, герой часу, політичний, громадський, культурний діяч.

Аудиторія – це не просто зібрання людей, а модель соціуму або його частина. Аудиторія моделюється відповідно до прагматичних настанов слухачів, тобто відповідно до того, які аргументи (логічні чи ціннісні) для них будуть переконливими: для політиків – одні, для підприємців – інші, для педагогів – ще інші.

Мета або цілі промови – не просто поінформувати, а перемогти аудиторію, але приховати це бажання перемоги під виглядом щирої симпатії до аудиторії, розуміння її потреб, безкорисливості промовця. Таке спілкування промовця з аудиторією нагадує швидше інтелектуальну гру на вербальних і паравербальних можливостях людей з метою прилучити їх до позиції оратора, досягти консенсусу, а потім і спільних дій: прийняти потрібне для керівника рішення, обрати кандидата до владного крісла, одержати привабливу пропозицію тощо. В цій риторичі істина не є на першому місці. В ній впізнаємо сучасних демагогів, а не високоморальних ораторів античного зразка.

Для вирівнювання і завоювання ситуацій у громадському чи політичному житті промовцю потрібна переконливість слухачів у правильності його позицій, чим більша, тим краще. Переконливість – це результати глибокого засвоєння так званих істин, не знання їх, як впевненість і вірування в них. Це вже глибока робота людської свідомості у єдності розуму (логіки – логічних міркувань), почуттів і волевиявлень для того, щоб домогтися розуміння суті висловленого і сприйняти його як своє.

Розрізняють два рівні розуміння: поверхове і глибинне (між ними можуть бути і перехідні рівні). Поверхове розуміння – це схоплення прямих і переносних значень слів, словосполучень, синтаксичних конструкцій, відомих слухачам за підручниками, словниками, щоденним мовленням. Воно забезпечує нам швидкість мовленнєвого спілкування. Глибинне розуміння з'являється в результаті інтелектуального напруження на вищому рівні значень (понять, концептів) – рівні смислів, що утворюються в результаті поєднань і різних комбінацій семантичних рефлексів мовних одиниць. Воно багатшарове, конотативне, необхідне для аналізу текстів-дискурсів, бо таким текстам можуть бути притаманні ідеї, концепції, інтенції, ретро- і протоспективність. Глибинне розуміння промови допомагає слухачам співвіднести її зміст і суть з їхніми життєвими настановами, морально-етичними і естетичними нормами, реальним суспільним чи фаховим становищем і комунікативними ситуаціями.

Глибинним розумінням і тлумаченням текстів займається лінгвофілософська наука **герменевтика** (гр. hermeneuo – роз'яснюю, тлумачу). В основі назви цього терміна лежить ім'я грецького бога Гермеса, що передавав і тлумачив повеління олімпійських богів, пророцтва, давні тексти, поради, накази тощо.

Неориторика спрямована більше на живе переконливе комунікування (лат. communicate – бути разом), на співпереживання оратора зі слухачами, на обмін цінностями, коли інтенції і ціннісні вірування промовця приймаються слухачами уже як свої.

Специфіку класичної риторики і неориторики можна показати у зіставній таблиці [3, 189-190].

Класична риторика	Неориторика
Людина – істота раціональна і соціальна	Людина – істота емоційна і відчужена
Людина живе в гармонійному світі	Людина живе в хаотичному світі
Відношення між ритором і аудиторією – антагоністичні	Відношення між ритором і аудиторією – діалог і співробітництво
Зв'язок між ритором і слухачами – односпрямований (від ритора до аудиторії)	Зв'язок між ритором і слухачами – двосторонній
Необхідно чітко розділяти стилі (високий, середній, низький), змішування їх у мовленні забороняється	Немає різких меж між стилями, допускається змішування їх
Ціль промови – переконання через докази	Ціль промови – погодження (консенсус) між ритором і аудиторією

З поданих ознак класичної і сучасної риторики видно, що неориторика є ближчою до аудиторії, слухачів; вільнішою у своїх вимогах; ширшою і конкретнішою у можливостях задовольняти потреби людей сучасного технізованого, інформаційно-знаннєвого і вимогливого суспільства.

Однією з основних ознак сучасної цивілізації є панування сили і свободи слова. Інформаційні технології потребують широкої освіченості, мовнокомунікативної компетентності, мовленнєвої культури як засобу корпоративного спілкування і вирішення бізнесово-підприємницьких питань. Тому неориторика покриває ширше поле життєдіяльності сучасної освіченої людини і відповідно виформовує свої напрями розвитку. Серед них виділяють риторику міжособистісного спілкування, риторику тексту, діалектику, еристику, рекламу, демагогію, міфологію.

В основі риторики міжособистісного спілкування лежить принцип правдивості інформації між оратором і аудиторією або окремими особистостями. Цінуються такі ознаки мовного спілкування як конкретність, точність, ясність, доречність, ввічливість. Крім названих ознак, риторика тексту поповнюється наочністю, виразністю, яскравістю лінгвопоетики. В основі цих напрямів риторики лежать постулати прагмалінгвістів Г.П.Грайса і Дж. Ліча, що формулюють вимоги партнерів спілкування і співробітництва до кількості і якості інформації: інформація має бути актуальною, ясною; інформації повинно бути ні більше, ні менше, а скільки потрібно; не говори без підстав; уникай багатослів'я, двозначності; дотримуйся дистанції між оратором і слухачами; не використовуй інформацію з корисливою метою; будь тактовним і великодушним, толерантним до чужих поглядів; в аудиторії створюй атмосферу доброзичливості і співробітництва, комфорту; уникай конфліктів в аудиторії, а якщо виникають, спокійно нейтралізуй, навіюючи спокій і злагоду; будь обережним в емоціях і характеристиках присутніх; пам'ятай, що переконання – процес поступовий; завжди прагни до згоди.

Демагогія – це чорна риторика, спотворення дійсності, маніпуляції з метою чимось заволодіти незаконно; відсутність істини в принципі. Її засоби: брехливі обіцянки, бездоказові звинувачення, аморальна поведінка.

В сучасній медіа-сфері часто добираються недостатньо репрезентативні експерти, які проголошують сентенції типу *Vox populi* (з лат. «голос народу»). Вони використовуються на позначення популізму, тобто пустої риторики. Вона апелює до народних мас або окремих верств населення, експлуатує людські бажання надії, сподівання життям та обіцяє пусті гарантії, прості й швидкі методи подолання проблем. Така облудна мовнокомунікативна продукція і належить до чорної риторики.

Класична риторика ґрунтувалася на античній, зокрема на давньогрецькій, римській, і вивчала переважно усне монологічне мовлення (промови) та формувала на ньому дослідно-аргументативний науковий апарат. Він використовувався і розвивався віками у гуманітарних та й інших науках. Неориторика не заперечує досягнень класичної. Вона їх використовує й розвиває, трансформуючи, пристосовуючи вербальний ресурс більше до інформаційного-комунікативних потреб різних соціальних груп і формацій суспільства, тобто охоплює значно ширше коло користувачів. Безперечно, що це позначилося на розвитку стилів і жанрів мовлення, усного і писемного текстотворення. Класична риторика досить чітко визначала типи і межі промов: повідомлення, нарацію, тлумачення, докази, спростування, для чого пропонувала систему топосів наповнення лексичним матеріалом тексту.

Як наука про способи переконання живим словом, впливу на аудиторію давня риторика протягом віків освоювалася різними гуманітарними науками, ставала частиною них або породжувала нові галузі (софістика, філософія, герменевтика, логіка, педагогіка, мовознавство, лі-

тературознавства, поетика, стилістика, лінгвістика тексту, теорія мовного акту, теорія масових комунікацій та інш. Разом з риторичним аналізом і синтезом (від давньогрецького мислителя і ратора Платона) риторика сформувала низку унікально-ефективних чинників успішної мовної комунікації і впливу: інтенція (намір) мовця; пошук матеріалу; пафос промовця і слухачів; розгортання матеріалу на фразовому і над фразовому рівнях; мовне вираження у формах фігур і образів мовлення (тропіка); виголошення промови.

Результати мовленнєвого спілкування досягаються під впливом таких риторичних чинників соціопсихолінгвістичного характеру як *довіра, дистанція, престиж*.

Антична риторика виникла як наука правильної мови. Нова риторика є «перспективним напрямом міждисциплінарних досліджень мови у дії» [6, 207-264].

Класична риторика зорієнтовувалася на офіційне, публічне мовлення, а неориторика практично поширюється на усі види мовного спілкування, на всі стилі і жанри літературного мовлення, на лексико-семантичне наповнення і граматичні структури усіх видів текстів. В ній виділяється окрема галузь – **риторика тексту**, що формує певні максими й уяви співпраці автора й слухачів – читачів: співмірність кількості й якості інформації її відкритість, актуальності й адекватності, правдивості й чіткості, тактовності й ввічливості, скромності й симпатії, критичності, погоджувальності й схвалення.

Як правило, особистість автора (авторитет, знання, зовнішність, щирість) і модель аудиторії (кількість слухачів, їх статус, соціальний стан і поведінка) є основною умовою досягнення позитивного результату спілкування. Але нечесне ставлення автора до аудиторії і некритичне сприймання слухачами справжньої суті його промов навіює їм ілюзорне бачення проблеми, без доведення аргументами. Власне, для досягнення навіювання оратор (політик, депутат, керівник) користується забороненими в риторичі Арістотеля аргументами від людини, що зводяться до емоцій, скарж, образ, жалоців або навпаки: до надмірного вихвалання, звеличення. Методика навіювання є поширеною у риторичі сучасної пропаганди і виявляється у демагогії, рекламі, міфології та стереотипах. Всі вони є засобами маніпулятивної риторичі.

Трансформація риторичних установок, нехтування правилами гри – знак історично обумовленої зміни суспільної свідомості, а також не завжди виправданого зменшення ролі моральних принципів у певних видах комунікації.

Такі маніпулятивні технології активно затребувані в бізнесі та політиці, але їх не можна вважати компонентом традиційних риторичних вчень, що мають на меті розвиток і удосконалення мовної особистості, суспільної комунікації, педагогічної практики.

Розуміння риторичі як провідної дисципліни у гуманітаристиці необхідна складова сучасного освітнього процесу.

Список використаних джерел

1. Бацевич Ф.С. Духовна синергетика рідної мови. Лінгвофілософські нариси / Ф.С. Бацевич. – К. : Академія. – 2009. – 187 с.
2. Дюбуа Ж. Общая риторика / Ж. Дюбуа, Ф. Жделин, Ж.-М. Клинкаберг и др. – М. : Прогресс. – 1986. – 392с.
3. Иванова И.Б. Риторика: Кредитно-модульный курс: Учебное пособие для бакалавров / И.Б.Иванова – М. : Изд. – торг. карпорация «Дашков и К°», «Наука – Спектр», 2013. – 232 с.
4. Кравець Л. В. Риторика як класична основа системи освіти європейських народів / Л.В. Кравець // Рідні джерела. – 2000. – № 4. – С.12-18.
5. Мацько Л.І. Риторика: Навч. посіб. – 2-ге вид., стер. / Л.І. Мацько, О.М.Мацько. – К. : Вища школа, 2006. – 311 с.
6. Перельман Х. Из книги «Новая риторика: трактат об аргументации» / Х. Перельман, Л. Олбрехт-Тытека // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 207-264.

Анотація. Стаття присвячена питанню визначення місця і ролі риторичі в сучасній гуманітаристиці. Риторика розглядається як комплексна наукова дисципліна в діапазоні часової трансформації від історичних витоків до багатопланових сучасних реалізацій. Відповідно до потреб сучасного глобалізованого й інформатизованого світу, неориторика вносить зміни у трактування риторичних понять: оратор, аудиторія, мета, (цілі) промови.

Ключові слова: риторика, неориторика, розуміння, оратор, промова.

Summary. The article deals with the definition of the place and role of rhetoric in modern humanitarian. The rhetoric is seen as a complex scientific discipline ranging temporal transformation of historical origins to modern multi-dimensional implementations. According to the needs of today's

globalized and informational world neorhetoric changes the interpretation of rhetorical concepts, speaker, audience, purpose of speech.

Classical rhetoric based on ancient, particularly in the Greek, Roman, and most studied monologue speech and formed thereon argumentative research and scientific apparatus. It was used and developed over the centuries in the humanities and other sciences. Ancient rhetoric for centuries helped various humanities, became part of them or gave rise to new industries (sophistry, philosophy, hermeneutics, logic, education, linguistics, literature, poetics, stylistics, text linguistics, speech act theory, the theory of mass communication and others.

Neorhetoric not deny the achievements of classical. It develops and uses them, transforming, adapting to more resource verbal information and communication needs of different social groups and formations of society, that covers a much wider range of users. There is no doubt that it affected the development of styles and genres of speech, oral and written texts, text creation. Classical rhetoric focused on formal, public broadcasting and neorhetoric apply to almost all kinds of verbal communication, in all styles and genres of literary speech at the lexical-semantic content and grammatical structures of all kinds of texts. It is allocated a separate branch – rhetoric text form a maxim cooperation and imagination of the author and the audience – the reader proportionate quantity and quality of information its openness, relevance and adequacy, truthfulness and clarity, tact and politeness, modesty and sympathy, criticism, and approval.

Understanding rhetoric as a leading discipline in the humanities necessary component of modern educational process.

Key words: *rhetoric neorhetoric, understanding, speaker, speech.*

Отримано: 23.01.2015 р.

УДК 811.161'37"10–12"

Межжеріна Г.В.

ЧЕСНОТА ПРАЦЕЛЮБНОСТІ В СЕМАНТИЦІ СХІДНОСЛОВ'ЯНСЬКИХ ЛЕКСЕМ ХІ–ХІІІ СТ.

Явище відбиття ціннісних орієнтацій людини Київської Русі в семантиці східнослов'янських лексем ХІ–ХІІІ ст. є багатоплановим, різнобічним, об'ємним, а його дослідження знаходиться на пересіченні *актуальних* завдань таких дисциплін, як історична лексикологія, семасіологія, герменевтика, літературознавство, філософія. *Об'єктом* нашого дослідження слугує фрагмент мовної картини світу часів Київської Русі, пов'язаний зі світоглядним універсумом, моральними принципами людини. Ставимо за *мету* встановити кількісний склад іменників і прикметників із загальним значенням соціально-етичної оцінки особи, які в писемних пам'ятках зазначеного періоду були вжиті у функції означення щодо людини, та з'ясувати, яким чином в їхній семантиці відбилася чеснота *працелюбності*. Основне *джерело матеріалу* – писемні східнослов'янські пам'ятки ХІ–ХІІІ ст., які мали поширення на всій території Київської Русі, належали до різних жанрів і стилів (історичні, літературно-оповідні, агіографічні, церковно-канонічні, церковно-проповідницькі, церковно-юридичні, юридичні тексти).

Реконструкція мовної картини світу слов'ян Київської Русі передбачає реконструкцію не характеру східних слов'ян, а складу мислення, світогляду. Осягнення світу людиною ХІ–ХІІІ ст. здійснювалося через категоріальну структуру мислення, зумовлену дією притаманних цьому історичному етапу розвитку мови і суспільства внутрішньомовних та екстралінгвальних чинників. Говорячи словами Г. Д. Гачева, автора відомого дослідження «Національні образи світу», «нас цікавить не національний характер, а національний погляд на світ, не психологія, а, так би мовити, гносеологія, національна художня “логіка”, склад мислення: якою “сіткою координат” даний народ уловлює, відчуває світ і, відповідно, який космос (у давньому смислі слова: яка будова світу, світобудова) вистроюється, вимальовується перед його очима. Цей особливий “поворот”, у якому предстає буття даному народу, – і становить національний образ світу» [1, 44]. Близьку думку висловлює А. Я. Гуревич: «Усі форми культурного життя середньовіччя – не що інше, як функції соціальної життєдіяльності людей тієї епохи, результат “моделювання” ними світу. Очевидно, для того щоб зрозуміти життя, поведінку і культуру людей середніх віків, важливо було б спробувати відновити властиві їм уявлення й цінності. Треба виявити “звички свідомості” цих людей, спосіб оцінки ними дійсності, особливості їхнього бачення світу» [2, 29–30]. Експлікація мовної картини світу народу передбачає не фрагментарний розгляд цінностей, у цілому спільних для різних народів, а виявлення структурних взаємозв'язків між ними: «Цінності, спільні для