

УДК 81'42:371.3

Марина Костюк, канд. філол. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ПОНЯТТЯ "ЗАГАЛЬНОГО МІСЦЯ" В РИТОРИЦІ

Розглянуто поняття "загального місця" в античній і сучасній риторичній. Визначено основні типи та характеристики загальних місць. Висвітлено особливе бачення загальних місць відомим французьким дослідником Олів'є Ребулем.

Ключові слова: місце, топіка, інтенція, промова, оратор.

Поняття загального місця у риторичній зазвичай розглядають у рамках важливої складової риторичної системи – інтенції. У широкому значенні слова, інтенція – це вибір теми промови, її типу і жанру. Крім того, інтенція – це вибір усіх логіко-дискурсивних процедур, які безпосередньо формують виступ, тобто це підбір так званих "загальних місць" [2, с.180].

Поняття загальних місць у риторичній було розроблено ще відомими античними риториками – Аристотелем та Цицероном, які вони називали "*loci, topoi*" та представили їх класифікацію у трактаті під назвою "Топіка". Аристотель вживав слово "*topos*" для визначення різних типів аргументів. Топіка розглядалась Аристотелем як мистецтво, за допомогою якого "*ми зможемо з правдоподібного робити висновки про будь-яку проблему і не впадати у суперечність, коли ми самі відстоюємо певне становище*" [1].

Зазвичай під терміном топіка розуміють сукупність загальних місць, що виявляють аспекти розробки будь-якої теми [6, с. 30]. Користуватися топікою потрібно як технікою, суть якої полягає у вмінні ставити запитання, які в свою чергу дають можливість виявити змістові уточнення [там само].

Свою розробку поняття топіки представив відомий античний ритор Квінтіліан, який запропонував такий ланцюжок запитань, які можна поділити на три групи. Крім того, відомий ритор наполягав на тому, що оратор не створює аргументи *ex-nihilo*, він їх відпрацьовує та розробляє.

Перша група, запитання "хто?" та "що?", представляє топоси, які пов'язані передусім з сутністю предмета промови. До цієї групи належать такі топоси як імена, визначення, ціле і частина, рід і вид, ознаки, відношення, подібне і відмінне тощо [6, с. 31].

Друга група, запитання "де?", "коли?", "як?", це топоси, які пов'язані з обставинами виникнення, розвитку та існування предмета. До таких топосів належать час, місце, засоби, походження, спосіб дії тощо [6, с. 32].

Третя група, запитання "чому?" та "для чого?", це топоси, пов'язані з причинами та наслідками існування предмета. До них належать: цілі, наміри, причини, існування предмета [6, с. 32].

Крім того, Квінтіліан розрізняв дві категорії місць. По-перше, це місця, які стосуються безпосередньо особи (тобто її вік, родинний склад, батьківщину). По-друге, це місця, що стосуються місця та часу.

Оратор акцентує увагу на важливості правильного підбору місць: *Tous les orateurs doivent nécessairement dans leurs discours employer le lieu du possible et de l'impossible et s'efforcer de démontrer les uns que la chose arrivera, les autres que la chose est arrivée. En outre, il y a un lieu commun à tous les genres de discours, celui de la grandeur : tous les orateurs se servent de la dépréciation et de l'amplification quand ils conseillent, louent ou blâment, accusent ou défendent* [2].

Зазвичай, у класичній риторичній виділяють два типи місць: загальні місця та спеціальні місця.

Загальні місця – це такі місця, які можна інтегрувати у будь-яку промову: судову, дорадчу чи епідейктичну (або урочисту).

Цікаво відзначити, що у наш час, ці місця неодноразово отримують назву "кліше".

Якщо узагальнити більшість загальних місць цієї групи, можна виділити декілька великих категорій:

Можливість – неможливість;

Великий – малий;

Універсальний – індивідуальний;

Найбільший – найменший.

Якщо загальні місця можна інтегрувати у промову будь-якого жанру, то спеціальні місця варіюються залежно від контексту.

Сучасні дослідники приймають класичне розуміння загальних місць. Зокрема, французький дослідник Ж. Робріє визначає місця як джерела, з яких оратор може черпати (здобувати, діставати) аргументи [5, с. 28].

Відомий французький дослідник Олів'є Ребуль розрізняє три значення слова "місце" у риторичній залежності від ступеня технічності [3, с. 62].

1. Згідно з первинним і найпростішим сприйняттям, місце – це типовий аргумент, який може обрати оратор: *le lieu est un argument tout fait que le plaideur peut placer à tel moment de son discours, souvent après l'avoir appris par cœur, le lieu est donc un argument type, dont la portée varie pourtant avec les cultures* [3, 62]. Зазвичай, у судовому дискурсі, ці місця проголошувалися у заключній частині: *Si vous laissez son crime impuni, il aura des imitateurs en foule. Beaucoup attendant votre verdict avec impatience* [3, с. 62].

2. Згідно з другим розумінням, місце – це певна схема, яку можна використати у різних контекстах: *le lieu n'est plus un argument type, il est un type d'argument, un schéma qui peut prendre les contenus les plus divers* [3, с. 63]. Саме у цьому розумінні місце набуває значення "загального", оскільки його можна застосувати у різних аргументаціях. Наприклад, різновид загальних місць: найбільше – найменше: *Si les dieux ne sont pas omniscients, à plus forte raison les homes. Il frappe ses voisins, puisqu'il frappe son père* [там само].

Тобто, місця – це посилення загального характеру, які дозволяють виявити певні цінності та ієрархії. Ці посилення дозволяють довести "за" чи "проти". Місце, будучи зазвичай правдоподібним, є завжди протилежним місцю супротивника. Аристотель добре ілюструє поняття місця у судовій справі: якщо закон за когось, то можна вимагати повної поваги до написаного закону; якщо ж навпаки, цей закон проти нього, то тут можна згадати "*неписаний закон Антігони*". Тобто, той, хто використовує дві протилежні думки одного консенсусу, виступає чи за Креона, чи за Антігону. В політиці, "загальне місце", що завжди відіграло вирішальну роль у промові Шарль де Голя, це національна честь, у Франсуа Міттерана – соціальна справедливість, в той час, коли власні цінності політиків відходили на другий план [4, с. 88].

3. Третє розуміння місця передбачає його розгляд не як типового аргументу, а як запитання, що дозволяє знаходити аргументи та контраргументи (саме таке розуміння місця знаходимо у творі "Топіки"): *une question type permettant de trouver des arguments et des contre-arguments* [3, с. 62]. Тобто, *les lieux sont comme les*

étiquettes des arguments sous lesquelles on va chercher ce qu'il y a à dire dans l'un ou l'autre sens [там само].

Слід виділити два особливих типи місць: місця "кількості" та місця "якості".

Місця "кількості" полягають у тому, що певна річ варта більшого ніж інша із-за її частотності чи розмірів; *intérêt des uns est meilleur que l'intérêt de quelques autres; l'importance de la chose est dans la quantité; normale – non-type*. Тобто, місця "кількості" – це такі аргументи, які відсилають нас до протиставлення: багато – мало.

Ці місця широко застосовують у своїх промовах політики, акцентуючи увагу на своїй "крайності", на відміну від опонентів: *"Rares sont aujourd'hui les leaders qui ne prétendent pas incarner la 'majorité réelle', 'profonde', ou 'deux Français sur trois'"* (A. Glucksman. La Bêtise.) [5, с. 211]. Також, ці місця зустрічаються у художній літературі: *"Le romantisme tant de fois mal défini n'est, à tout prendre, et c'est là sa définition réelle, si l'on ne l'envisage que sous son côté militant, que le libéralisme en littérature. Cette vérité est déjà comprise à peu près de tous les bons esprits, et le nombre en est grand..."* (V. Hugo. Préface d'Hernani.) [5, с. 211].

Місця "якості" базуються на унікальності, оригінальності, легкості, рідкості, нетиповості та навіть геніальності. Наприклад, ці місця зустрічаються у художніх творах письменників, які бажали показати свою приналежність до вищого світу.

Кожен оратор, в залежності від аргументації, має вирішити, яким є найкраще місце для переносу, враховуючи "пафос" аудиторії. Наприклад, чи слід у рекламному дискурсі наполягати на аспекті, що підсилює об'єкт: *"всі це роблять, тому й ти роби"*, чи, навпаки, на іншому аспекті, *"відмінності"*?

Варто згадати слоган Франсуа Міттерана, де акцент зроблено на тому, що Франція сподівається водночас на зміни і на стабільність. Саме він, у 1981 р. у своїй промові "переніс" на людину це подвійне сподівання і виразив це у слогані: *"La force tranquille"* [4, с. 88].

Тут доцільно згадати важливі риторичні прийоми – парадокс і переніс, які неодноразово стають у нагоді ораторам.

Парадокс – це твердження, яке суперечить очікуванням співбесідника, *"inopinatum"*, оскільки воно суперечить загальній думці. Тому, парадокс завжди характеризується певними особливостями іронічного характеру. Тож, як завжди в риторичі, слід знати міру, щоб не зайти занадто далеко [4, с. 89].

Відомою є парадоксальна фраза Мішеля де Монтеня, який писав: *"Tu meurs non de ce que tu es malade mais de ce que tu es vivant"*. У даній фразі можна прослідкувати, як філософ йшов проти очікувану співрозмовника, який у кожній смерті шукає причину, тому *"malade"* через синеждоу є найчастотнішою відповіддю на це запитання [4].

Поль Валері використовує той же парадокс: *Ce n'est pas la ciguë qui a fait mourir Socrate, c'est le syllogisme;*

(мається на увазі силіогізм *"Всі люди смертні, тому і Сократ є смертним"*), що являється гарним прикладом метонімії, що виражає необхідну логічність [4].

Зазначимо, що ці яскраві парадокси не виключають спільного місця, який може бути замінений іншим, більш фундаментальним. Оскільки кожен знає, що всі смертні, але ніхто не хоче цього визнавати, коли мова йде про близьких чи про себе.

Більшість приказок та виразів базуються на парадоксах, що стали загальними місцями: *Tel qui rit vendredi... A père avare...* Між парадоксом і спільним місцем завжди існує діалектика, між вигаданою і загальноприйнятою фігурою, між загадкою і кліше [4, 90].

Сила парадокса полягає перш за все у ефекті несподіванки та у незвичайному переносі. Крім того, парадокс апелює до розуму співрозмовника: *non, toi, tu ne reux pas t'en remettre aux idées reçues, te fier aux apparences, penser comme tout le monde*. Згідно з думкою публіки, ця відмова від головного місця може стати найефективнішим головним місцем [там само].

Поняття переносу реалізується зазвичай у вигляді таких фігур як синеждоха, іронія та тавтологія. Синеждоха передбачає перенос не тільки смислу, а й певної думки; переніс *"все"* – *"частина"*, або навпаки. Так, *"le parti des travailleurs"* передає певну спільність, оскільки партія є єдиним представником робітників. Наприклад, у одній зі своїх промов до народу, Ш. де Голь робить переніс: *"людина"* – *"підвищений патріотизм французів"*.

Іронія спрямована на псевдо-серйозне сприйняття промови через використання смішних елементів. Якщо смішне – це царина аргументації, то абсурд – демонстрація. Іронія не полягає у логічному протиріччі, а, навпаки, у розбіжностях між поведінкою або твердженням та громадської думки.

Тавтологія, наприклад, *"une femme est une femme"*, переносить спільну думку про *"fragilité"* всіх жінок до однієї жінки; і неправдива справжність дозволяє здійснити цей переніс, надаючи йому логічності. Переніс стосується не тільки фігур, а й аргументів. Переніс є водночас емоційним та інтелектуальним, бо саме на цьому і базуються аргументи.

Підсумовуючи, слід сказати, що загальні місця, при вдалому їх застосуванні у контексті, стають важливими характеристиками успішної ораторської промови.

1. Aristote. Rhétorique / Aristote. – Paris : Pochet, 2012. – 288 p.
2. Molinié G. Dictionnaire de la rhétorique / Georges Molinié. – Paris : Poche, 2009. – 352.
3. Reboul O. Introduction à la rhétorique / Olivier Reboul. – Paris : PUF, 2011. – 242 p.
4. Reboul O. La rhétorique / Olivier Reboul. – Paris : PUF, 1998. – 125 p.
5. Robrieux J.-J. Les figures de style et de rhétorique / Jean-Jacques Robrieux. – Paris : Dunod, 2013. – 270 p.
6. Колотилова Н. А. Риторика | Н. А. Колотилова. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 180 с.
7. Олійник О.Б. Риторика : навч. посіб. / Ольга Борисівна Олійник. – К. : Кондор, 2009. – 170 с.

Надійшла до редколегії 25.09.14

M. Kostiuk, cand. of Philol., assist prof.
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

THE NOTION OF "PLACES" IN RHETORIC

This article deals with the concept of "place" in ancient and modern rhetoric. The main types and characteristics of common places are determined. A special attention is drawn on the vision of places by the well-known French researcher Olivier Reboul.

Key words: place, topic, intention, speech, speaker.

M. Костюк, канд. філол. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ПОНЯТИЕ "ОБЩЕГО МЕСТА" В РИТОРИКЕ

Рассмотрено понятие "общего места" в античной и современной риторике. Определены основные типы и характеристики общих мест. Особенное внимание обращено на видение общих мест известным французским исследователем Оливье Ребулем.

Ключевые слова: место, топика, интенция, речь, оратор.