

Масанж

ОРЛОВСКОЕ ОБЛАСТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕГО И
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО
ОРЛОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ОРЛОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ИНСТИТУТ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
УЧИТЕЛЕЙ

КУЛЬТУРА РЕЧИ И РИТОРИКА В СИСТЕМЕ ВУЗОВСКОГО
И ШКОЛЬНОГО ПРЕПОДАВАНИЯ

ТЕЗИСЫ докладов региональной межвузовской научно-
практической конференции 9 - 10 апреля 1998 года

ОРЕЛ - 1998

единообразием на протяжении всего речевого изложения. Если человек не соблюдает требования точности формулировки и смыслового единства тезиса, возникает логико-речевая ошибка, которая называется "потеря тезиса". Причиной потери тезиса может быть и осознанное желание отвечать не на этот вопрос. В таком случае речь идет о подмене тезиса.

Аргумент - это мысль или положение, используемое для доказательства истинности или ложности. К аргументу предъявляются требования, некоторые из которых совпадают с требованиями, предъявляемыми к тезису, а некоторые специфичны: достаточность основания аргумента. А также аргумент должен быть мыслью, доказанной самостоятельно, т.е. не вытекать из этого тезиса. В противном смысле возникает логико-речевая ошибка, основанная на тавтологии.

Представляется целесообразным строить курс "Культура речи" для менеджеров, исходя из логики построения замысла.

А.Г.Пастухов

РИТОРИЧЕСКИЕ ИНВЕНЦИИ В ЗАГОЛОВКАХ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЫ

Одной из целей обучения искусству риторики является спонтанная речевая компетенция. Она сочетает в себе основные содержательные смыслы и арсенал стилистических средств выражения, т.н. *сopia rerum et verborum*:

Различные дискурсы по-разному обнаруживают проявление речевых интенций. Сфера общественного использования языка особенно требует определенных переосмыслений в методах и разработке эта-

пов построения высказывания. Подобная техника соотносится с явлением персуации и связанным с ней формированием речевого поведения как основы речевого высказывания. Сознательное управление этими механизмами предопределяет соответствующий набор языковых средств - т.н. инвенции. Сравн.: (лат.) осмысленный подбор и нахождение речевых средств.

Формы их репрезентации структурно подразделяются на следующие компоненты: 1) смысловые составляющие (*inventio*), 2) их расположение в тексте (*dispositio*), 3) стилистические средства (*elocutio*), 4) способы репрезентации (*pronuntiatio/actio*), 5) наличие мнемотехнических опор (*memorio*). Явления "персуации" и "риторических инвенций", отражая основные положения классической риторики, обеспечивают многоаспектное изучение основных смыслов в тексте.

Показательным может стать рассмотрение газетного заголовка как своеобразного носителя риторических инвенций. Среди основных черт, отличающих современные печатные издания, выделяются многополярность взглядов, широкая палитра политических течений и т.д. Сами издания, не в последнюю очередь через заголовок, декларируют свои персуативные возможности. Отсюда вытекают производные характеристики заголовка: усиление полифункциональности, реструктурирование иерархии функций, изменение объема и структуры, графического исполнения и т.д.

Анализ самих изданий показал множественность факторов, формирующих "лицо" газеты. Многие из них в своем названии имеют подзаглавие, в котором раскрывается общественное кредо издания. Сравн.: "Советская Россия. Независимая народная газета" или "Независимая газета", с латинской сентенцией в подзаголовии "*Sine ira et studio*" ("предметно и беспартийно"). Заключенные в них некоторые прагматические (интенциональные) акценты уже имплицитно декларируют взгляды этого органа, что по сути является глав-

ной риторической инвенцией.

Степень использования риторических инвенций в заголовках различных изданий не одинакова. Они выступают как важные текстообразующее и стилистическое средство. Как структурный элемент текста, но не случайно квалифицируется как "первый знак текста" или "полномочный представитель текста" (Кухаренко 1988).

Современные тенденции развития газетных заголовков характеризуются преимущественно их деспециализацией (Швейцер 1993). Процесс коммерциализации понимается прежде всего в упрощении и преобладании в заголовке т.н. "коммерческой" в широком смысле слова лексики, что свидетельствует о нивелировании современных требований газетного стиля. Отмеченные особенности имеют своей целью преподнести заголовок как речевой образец с концентрированным смыслом и соединить в нем доверительность, фамильярность и непринужденность.

Структурная организация заголовка имеет важное, но не определяющее значение. Замечено, что в последнее время количество моноструктурных образований близко к 20 %, что значительно меньше полиструктурных (Мопачов 1995). Основным же свойством полифункциональных структур является из стремление сделать заголовки привлекательными, носящими рекламно-апеллятивный характер. При этом тематизирующую и информативную функции принимает на себя второй или третий элемент полиструктурного заголовка:

"Первые вице-премьеры обрели бессмертие.

Но только до 2000 года".

("Коммерсант-Daily" 6.02.98. с.1)

Структурные элементы заголовка и его первенство в тексте связаны с достижением прагматического аспекта высказывания, хотя бы потому, что "начало текста является самым сильным местом" (Dressler 1973). Распространенной разновидностью могут служить заголовки, имеющие двухуровневую структуру и состоящие из двух

посылок различной степени опосредованности:

Реформаторы зовут к топору. Каменному.

("Правда-Пять" 18.02.98. с.1)

Некоторая двусмысленность данного заголовка может также считаться разновидностью риторической инвенции, формирующей риторику заголовка. Его апеллятивность, влияние, побуждение, эмоциональность направлены на усиление прагматического эффекта.

Адекватный анализ заголовков возможен только с привлечением всех важнейших персуативных составляющих, среди которых инвенционные средства безусловно оказываются главными. С другой стороны, типология газетного заголовка может рассматриваться как практическая стратегия с алгоритмом конструирования наиболее аттрактивных заголовков.

Рассуждения о месте культуры речи и о роли риторических механизмов в различных коммуникативных сферах, связаны с практикой преподавания филологических дисциплин в вузе. Курс интерпретации текста ближе всего стоит к специальным знаниям в области риторики. Однако эти узкие, объяснительные сведения лишь в незначительной степени раскрывают имеющиеся механизмы персуации, причем только в одной, несколько идеализированной сфере - художественном тексте.

Если перенести анализ персуативных составляющих на другие функциональные сферы, то рассмотрение риторических механизмов могло бы покрыть имеющийся у общества интерес к их практическому овладению. Потребность в специалистах высшей квалификации стимулирует ученых-практиков к разработке механизмов построения устных и письменных сообщений. Это важно в плане формирования культурно-речевой подготовки профессионалов, отвечающих не только за конкретные области, но и стремящихся влиять на весь комплекс общественных отношений.

Культура профессионального языкового общения напрямую свя-

зана с качественным ростом и прогрессом общества. Насколько лучше будущие специалисты будут знать родной язык и его функциональные модификации, тем выше уровень конкуренции между представителями различных отраслей, тем выше уровень развития всего общества.

Л. А. Коренева.

ТЕХНИКА РЕЧИ И ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО

Древние справедливо полагали, что искусство речи - это искусство "изобретения, расположения и выражения мыслей в речи". И уже во времена Цицерона и Демосфена был открыт один из важнейших законов ораторского искусства: как бы ни была важна мысль, заключенная в слове, она может быть воспринята лишь тогда, когда произнесена четко, ясно, членораздельно. Демосфен на вопрос, что он считает главным в искусстве речи, ответил: "Во-первых, произнесение, произнесение, во-вторых, произнесение и, в-третьих, произнесение". Марк Туллий Цицерон в главе "Чистота и ясность речи" излагает свой взгляд на эту проблему: ... для чистоты речи следует позаботиться не только о том, чтобы как подбор слов не мог ни с чьей стороны встретить справедливого порицания, так и соблюдение падежей, времен, рода и числа предупреждало извращение смысла..., но необходимо также управлять органами речи, и дыханием, и самим звуком голоса".

Итак, техника речи - важнейшая сторона ораторского искусства и особый раздел риторики. Ее главная цель - научить человека владеть своим голосом во всей совокупности его качеств и возможностей. Техника речи включает:

Г.В.Развина	Формы и методы контроля на занятиях по "Культуре речи" на нефилологических факультетах университета	с.24-26
Н.В.Русанова И.Е.Шахова	Синтаксические нормы русского литературного языка в курсе "Культура речи"	с.27-31
Н.Д.Кабанова	Работа над лексическими нормами в курсе "Культура речи"	с.31-32
Т.В.Новикова	Ораторское искусство и культура речи в профессиональной подготовке переводчика	с.33-34
Л.Н.Елизарова	Логика речи в профессиональной подготовке менеджера	с.34-36
А.Г.Пастухов	Риторические инвенции в заголовках современной прессы	с.36-40
Л.А.Коренева	Техника речи и ораторское искусство	с.40-43
А.А.Тимонина	Оснащенность практических занятий по "Культуре речи" научно-методическими пособиями	с.43-45

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии Управления статистики.

Усл.-печ.л. - 2,5

Тираж - 100 экз. Заказ N 51