

УДК 070:808.5

## ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ КЛАСИЧНОЇ РИТОРИКИ ТА ЖУРНАЛІСТИКА

**Марія БОНДАР**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, Львів, Україна, 79044,  
e-mail: maria\_kostyk@ukr.net*

Розглянуто та пристосовано до реалій журналістської професії основні категорії риторики та зроблено спробу на їх основі окреслити засади нової шляхетної, гуманної та етичної журналістики.

*Ключові слова:* журналістика, риторика, риторичний канон, логос, етос, пафос, топос.

У добу знецінення слова та моральної кризи у журналістиці, яку тепер переживаємо, «коли журналістика на практиці перетворюється лише на посередництво (медіаторство), а в теорії – на науку, що обмежується вивченням новітніх комунікаційних технологій» [5; 57], справжня еліта (публіцисти, письменники, науковці) дедалі частіше звертає свою увагу на канони класичних наук, зокрема такої давньої, як риторика. Саме риторичний канон, як «модель мовних дій, що забезпечує ефективне вирішення автором цілей, які він ставить перед собою, окреслюючи і розкриваючи тему» (З. Смелкова), має, на наш погляд, забезпечити повагу до слова, змінити ставлення до інформації, як до товару, та «повернути аристократизм у журналістику» [1; 6].

Передусім варто звернути увагу на подібність цілей риторики та журналістики, які можна назвати видами мистецтва живого слова. Мета класичної риторики – «переконувати слухачів живим словом», сповідуючи принципи істинності та щирості [2; 3]; «впливати на волю і розум громадян засобами живого слова і тим допомагати їм та захищати» [2; 7]. Мета журналістики – «відкривати загадки буття, вказувати мету, що її люди мають цінувати й змагати до неї, утверджувати принципи, якими вони повинні жити; ...учити і вести людей на усе вищі щаблі досконалості, озброїти їх інструментарієм добра; ...здіймати свій голос на захист скривджених, отямлювати пихатих і несамовитих» [1; 32].

Риторика «потрібна в усіх тих сферах людської діяльності, де мова є основною рушійною силою і засобом творення суспільно корисних людських цінностей» [2; 9]. «Залежно від того, **що** говорити і **кому**, риторика відповідає на питання, **як** говорити, **для чого** і **де**» [2; 10]; знання риторики «дозволяє розвинути системність мислення, мовлення й поведінки, що, в свою чергу, є основою цілісного бачення людиною оточуючого світу» [4; 14]. Це вміння безумовно потрібне публіцистам й усім працівникам засобів

масової комунікації. Вважаємо, що усі надбання риторики як науки від найдавніших часів до наших днів (її категорії, закони й технології) можна, а навіть треба, покласти в основу сучасної журналістської неориторики.

Науковці небезпідставно вважають ораторське мистецтво «одним з найважливіших складників журналістської майстерності» [6]. Оскільки в процесі роботи журналісти постійно мають аналізувати чужі та продукувати власні тексти різного типу, то знання основ класичної і сучасної «риторики як науки про мисленнєво-мовну діяльність, спрямовану на переконання, вплив, на досягнення цілей у процесі мовної комунікації» [2; 4], їм є вкрай необхідним. А досвід риторики, що налічує 2,5 тис. років історії, неодмінно знадобиться під час аналізу джерел інформації та створення текстів з потрібних тем у всіх ЗМК.

«Інтенсивний розвиток теоретичної риторики (зокрема, різних напрямків та частин її) призвів до того, що риторика як наука ніби зруйнувала саму себе в класичному вигляді й відділила свої частини й окремі сфери іншим наукам» [2; 3]. Відтак, знаючи про це чи ні, майбутні журналісти вивчають теорію комунікації, яка частково розвинулася на основі розділів риторики «Інвенції» та «Диспозиції», граматику, яка до середньовіччя була граматикую правильності риторики, а також стилістику, яка поглинула такий розділ класичної риторики, як «Елокуція», в якому зародилося поняття стилю.

Проаналізуємо лише основні поняття класичної риторики і переконаємося, що навіть ці невеликі, але корисні знання дають журналістові шляхетну мотивацію у щоденній праці.

1. **Логос.** У давньогрецькій мові слово *logos* означало такі дві групи понять: а) слово, мова, мовлення; б) поняття, думка, розум, а точніше – єдність цих понять обох груп. «Логос як основна категорія класичної риторики покликаний був воєдино представляти думку і слово, що практично означало: слово має зміст, думку, воно має йти від розуму й апелювати до нього» [2; 10]. У риториці логічно-послідовний і зв'язний виклад думок є однією з основних ознак вдалої промови чи тексту. Логічність реалізується через можливість вибору у мовному викладі послідовності міркувань, несуперечності тез і положень промови, у доцільності співвідношень, якщо реальність диктує суперечливі положення. Ті, хто аналізує чужі тексти, повинні насамперед пам'ятати про їхню логічність, як найголовнішу ознаку. Як би ритор не прикрашав свою промову гарними словами та влучними дотепами, як би вмів не користуватися він засобами утримання уваги аудиторії, якщо у тексті є логічні помилки, його виступ не може бути успішним. Також і ті, хто створює інформаційні, публіцистичні чи аналітичні матеріали, повинні передусім дбати про логічність представлення думки, і тільки опісля про прикрашальні засоби.

2. **Етос.** У давньогрецькій мові слово *ethos* означало звичай, звичка, характер, норов. В античній риториці поняття спочатку вживалося як ознака до слова оратор, а згодом закріпилося в риторичній науці як її моральний принцип. «Як одна з основних категорій класичної риторики етос визначав зразкову суспільну й особисту морально-етичну поведінку оратора, інакше промовець не зможе переконувати інших і впливати на них. Власне, без етосу (морального кодексу) риторика самознищується, перетворюється не

в істину думок і почуттів, а в самообман» [2; 11]. У що ж перетворюється журналістика без морального кодексу? У великий обман із жахливими наслідками: аудиторія втрачає орієнтацію у повсякденні, а отже, не може прогнозувати майбутнє, деградує, замість того, щоб утверджувати в собі високу мораль і духовність.

Промовець – це людина, достойна і гідна промовляти до сердець і розуму слухачів. Реципієнти, аналізуючи матеріали журналістів, легко можуть скласти уявлення про того чи того журналіста як публічного мовця, і відповідно вирішити: довіряти чи не довіряти цій людині. А для публічних мовців, особливо для журналістів, довіра громадськості – це запорука успіху, це місце праці сьогодні і завтра. Добре знаємо, що реабілітувати можна багато, окрім доброго імені. Журналіста, який свідомо обманював, не пробачать ті, хто йому свого часу повірив.

«...риторична наука і практика декларувала і відстоювала високу моральність оратора як непорушній закон, як велике благо оратора і риторики в цілому. В усі віки цінувалися високі помисли, чисте серце, щира душа оратора» [2; 11]. Майстрам пера і мікрофона слід продовжувати цю традицію і на прикладі життя і праці найвизначніших риторів світу й України вчитися бути «апостолами істини» [1; 14], виховувати в собі зразкову суспільну й особисту морально-етичну поведінку, щоб мати право говорити до людей, а тим паче переконувати їх у чомусь, утверджувати позитивні якості та осуджувати негативні.

**3. Пафос.** У перекладі з давньогрецької *pathos* означає пристрасть, почуття. Пафос – це інтелектуальне, вольове, емоційне устремління мовця (автора), яке виявляється і в процесі мовної комунікації, і в його продукті – тексті. Пафос може виявлятися у мовленні журналіста, в його текстах природно (незалежно від волі автора) або зумисне (з метою досягнення очікуваного ефекту – співчуття, переживання, захоплення тощо). Вміло володіючи прийомами організації мовних засобів та своєю поведінкою, оратор викликає довіру аудиторії, натомість, невдало і невчасно використовуючи деякі прийоми, може виявитися смішним, пишномовним чи надміру трагічним, а отже, наразити себе на несприйняття аудиторії.

Важливим чинником професії журналіста є почуття емпатії – здатність відчувати психологічний стан іншого; перейматися певними проблемами, ідеями, співпереживати з людьми, які є героями журналістських матеріалів. Як у риториці, так і в журналістиці, постає питання: чи має право оратор (у нашому випадку – журналіст) і як виявляти особисті почуття в промові та чи матиме це очікуваний вплив на аудиторію. Варто зазначити, що емпатія може бути когнітивною (інтелектуальною) або емоційною. Ця друга є небажаною для журналіста, адже реципієнт, який шукає новини чи аналітику, не завжди готовий сприймати ще й емоції журналіста. Натомість когнітивна емпатія часто приносить очікувані плоди. Читач чи глядач буде радий, коли помітить, що журналіст не байдужий до людських проблем і в нього виникає таке саме ставлення до ситуації, як і в пересічного громадянина.

На основі цих трьох фундаментальних категорій риторики молодий науковець, дослідниця макротексту Марія Титаренко формулює головні засади нової благородної, гуманної та етичної журналістики. Отже, слово нового покоління журналістів:

- має прямувати до істини, бути змістовним, присутнім і життєствердним (логос);
- утверджувати моральні ідеали, захищати добро, правду, об'єднувати людей, гармонізувати взаємини (етос);
- емоційно впливати, резонувати, стати імпульсом, який спонукає до дії (пафос) [5; 57].

4. **Топос.** У давньогрецькій мові *topos* – місце. Топіки – це загальні місця у промові, найтиповіші часо-просторові мовні ситуації та описи їх, які легко запам'ятати і які майже у всіх мовців однакові (Моя сім'я; У магазині; У транспорті тощо) [2; 13]. Античні риторичні, користуючись такими топіками, створювали зразки промов з певних тем і для певних ситуацій.

У щоденній діяльності журналісти працюють у межах топосів як звичних ситуацій, у яких не виникає питання: як запитати? що відповісти? (тут діє аналогічна стратегія побудови текстів), так і непередбачуваних ситуацій, де відомих загальних місць мало, а є більше невідомих, які потрібно «виготовити, заповнити можливостями свого інтелекту і мовного смаку» [2; 14].

«Людина, яка не орієнтується в топосі, ставить зайві, недоречні або некоректні запитання» [2; 14]. Легше тим журналістам, які впродовж багатьох років працюють «в тій самій темі» (наприклад, сільське господарство, медицина тощо), вони могли б виробити загальні схеми поведінки під час певних подій і створити зразки текстів відповідно до жанрів. Проте така прогнозованість частково заперечує творчість, може зробити виступи журналіста нецікавими та нечитабельними, звести журналістику до техніки, ремесла, а отже, перекреслити її суть. Інша річ, журналісти, які мало не щодня стикаються з непередбачуваними ситуаціями і новими, ще менш передбачуваними людьми. Невміння миттєво поставити доречні конкретні запитання не пробачать фаховому журналістові ні роботодавці, ні аудиторія. Запорукою успішності матеріалу є швидка орієнтація журналіста у всіх царинах і знаходження підходу до різних людей, учасників події.

«Прагматично-інформаційне ХХІ ст. спонукає нас до раціонально-експресивної нової риторики, в якій правила й закони винайдення ідей, задумів, тем, предметів викладу і способів їх таксономічного представлення (інвенція), тезування і теорія аргументації (диспозиція) органічно втілювалися б у природну і доречну мовну форму (елокуція), прикрашаючи предмет мовлення в міру доцільної потреби і здорового глузду (елоквенція), гідно й майстерно виголошувалися (акція)» [2; 4]. Такі високі вимоги ставлять науковці перед сучасною риторикою. До журналістики незалежної України завдання є не менш вимогливими: гостре рішуче правдиве слово, як відповідь на усі актуальні проблеми; слово, яке вчить жити, а не лише реагувати на життя, керуючись інстинктами [1; 24]; слово, яке «збуджує думку, дискусію, рух, а разом з тим вироблює відвагу і силу для дальшої боротьби» (Іван Франко) [3]. З цими завданнями, на наш погляд, легше буде впоратися тим журналістам, які будуть добре ознайомлені з нормами класичної науки риторики. Усвідомлюємо, що простого дотримання риторичного канону для отримання досконалого тексту не достатньо. «Адже, по-перше,

канон не вичерпує усіх можливих компонентів, не розкриває і не пояснює секретів творчості... По-друге, абсолютизація будь-якого канону неминуче призводить до певної шаблонності» [5; 56]. Та наполягаємо на тому, що відкидати більш як двохтисячолітній досвід риторики щонайменше нерозсудливо і виховувати нове покоління шляхетних журналістів потрібно, власне, на міцних підвалинах цього морального досвіду.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Лось Й. Д.* Публіцистика й тенденції розвитку світу : навч. посібник [для вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації] : у 2 ч. / Йосип Дмитрович Лось. – Львів : ПАІС, 2008. – Ч. 1. – 376 с.
2. *Мацько Л. І., Мацько О. М.* Риторика : навч. посіб. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – [2-ге вид., стер.]. – К. : Вища школа, 2006. – 311 с.
3. *Нечиталюк М. Ф.* Зачинатель теорії публіцистики / М. Ф. Нечиталюк // Збірник праць кафедри української преси. – Львів, 2000. – Вип. 3. – С. 211–219.
4. *Спанатій Л. С.* Риторика : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2008. – 144 с.
5. *Титаренко М.* Макротекст: модифікації риторичного канону / Марія Титаренко // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. журн. – 2009. – Вип. 32. – С. 53–63.
6. *Щербакова О. А.* Про особливості викладання курсу «Риторика» студентам-журналістам [Електронний ресурс] / О. А. Щербакова // Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=224>.

*Стаття надійшла до редколегії 14.11.2011*

*Прийнята до друку 15.01.2012*

## FUNDAMENTAL CATEGORIES OF CLASSICAL RHETORIC AND JOURNALISM

**Maria BONDAR**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
49, Chuprynky Str., Lviv, Ukraine, 79044,  
e-mail: maria\_kostyk@ukr.net*

The article describes main categories of Classical Rhetoric and accomodates them to realities of journalism. Based on analysis of categories of Rhetoric the author made an attempt to formulate principles of new noble, humane and ethical journalism.

*Key words:* journalism, rhetoric, canons of rhetoric, logos, ethos, pathos, topos.

## ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ КЛАССИЧЕСКОЙ РИТОРИКИ И ЖУРНАЛИСТИКА

**Мария БОНДАР**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Генерала Чупрынки, 49, Львов, Украина, 79044,  
e-mail: maria\_kostyk@ukr.net*

Рассмотрено и приспособлено к реалиям журналистской профессии основные категории риторики и сделано попытку на их основании определить принципы благородной, гуманной и этической журналистики.

*Ключевые слова:* журналистика, риторика, риторический канон, логос, этос, пафос, топос.