

ТЕРМІНИ «ЖУРНАЛІСТСЬКА РИТОРИКА» «РИТОРИКА ЗМІ», «МЕДІАРИТОРИКА»: ДО ПРОБЛЕМИ ДЕФІНІЦІЇ

© Дацишин Х. П., 2012

У статті зосереджено увагу на термінах «журналістська риторика», «риторика ЗМІ», «медіариторика», окреслено поняття, які вони позначають, з'ясовано спільне та відмінне в семантиці цих терміноодиниць. Автор враховує досвід використання таких термінів українськими, польськими та російськими науковцями.

Ключові слова: українська мова, термінологія, риторика, журналістська риторика, медіариторика, риторика ЗМІ.

The article focuses on the terms «journalistic rhetoric», «media rhetoric», outlines the concepts that they represent, found common and different in their semantics. The author considers the experience of using such terms by Ukrainian, Polish and Russian scientists.

Kew words: Ukrainian language, terminology, journalistic rhetoric, media rhetoric.

Мистецтво красномовства останнім часом привертає все більшу увагу дослідників, насамперед з огляду на те, що загострилося усвідомлення потреби враховувати можливості слова в реалізації різних стратегічних завдань, пов'язаних із політичною, економічною, громадською, педагогічною, науковою та іншими видами діяльності. Поряд із традиційними для риторики сферами ораторського мистецтва – судовим, політичним, суспільно-побутовим красномовством тощо, риторичні підходи застосовують до аналізу публічних виступів у галузях, у яких оприлюднення відбувається як в усній, так і в писемній формі.

Активізація риторичного аспекту медіадосліджень зумовила введення до наукового обігу нових для українського журналістикознавства терміноодиниць. Мета нашої статті – окреслити значення термінів «журналістська риторика», «риторика ЗМІ» та «медіариторика», виявити тенденції їх використання.

Аналізовані терміни можуть одночасно належати до терміносистем риторики та журналістики. Термінологію цих галузей знань досліджували Ю. Бідзіля [1], Д. Григораш [2], М. Гонтар [3], Г. Зоря [4], З. Куньч [5; 6], І. Машенко [7], Г. Сагач [8; 9], М. Яцимірська [10] та ін. Однак в українських словниках з риторичної та журналістикознавчої термінології аналізованих одиниць не зафіксовано.

У науковій літературі терміном прийнято вважати «слово чи словосполучення, що вживається для точного вираження поняття з якої-небудь галузі знання – науки, техніки, мистецтва, політики» [11, с. 158]; терміни не тільки виражають суть поняття, а й передають «зв'язки між ними – родові, частини і цілого, суміжності у просторі або часі тощо» [12, с. 191]. Риторичним терміном (або терміном ораторського мистецтва) є «слово або словосполучення, співвіднесене з риторичним поняттям, яке функціонує в риторичній терміносистемі і виконує номінативну або дефінітивну функції та вимагає дефініції» [5, с. 5]. Семантика термінів зумовлена семантикою компонентів, що входять до їх складу, «внутрішня форма слова... має обов'язковий мотивований зв'язок на рівні семантики зі словом, що зумовлює творення того чи іншого терміна» [12, с. 178].

Риторика визначають насамперед як науку про ораторське мистецтво, теорію красномовства, науку про закони управління мисленнево-мовленнєвою діяльністю [6, с. 238]. Саме останнє трак-

тування терміна «риторика» дає змогу найточніше окреслити значення терміна «журналістська риторика» з огляду на те, що він стосується як усного, так і писемного мовлення журналістів.

Слово «журналістський» (прикметник до слів «журналіст», «журналістика» [13, с. 549]) в аналізованому терміні є лексичним конкретизатором. Багатозначність компонентів зумовлює багатозначність самої терміноодиниці «журналістська риторика»: 1) розділ риторики, що стосується застосування законів мисленнево-мовленневої діяльності у сфері журналістики; 2) навчальна дисципліна, що вивчає риторичні засади журналістської діяльності. Контекст використання цього терміна в журналістикознавчих публікаціях дає підстави виокремити також значення 3) практичне застосування засад риторики, комплексу вербальних та невербальних засобів у сфері журналістики; 4) індивідуальні мовні засоби творчої майстерні журналіста: *створені засобами журналістської риторики семантичні коди зумовлюють... властивості інформаційного простору суспільства...**; *Важливою частиною цього блоку є група предметів, що стосуються журналістських жанрів, культури мови, журналістської риторики; журналістська риторика часів холодної війни.* Можливим також є трактування словосполучення «журналістська риторика» як набору пишних, але малозмістовних фраз, однак останнє значення реалізується поза мовою науки: *це знову журналістська риторика, напевне цей заголовок висмоктаний з пальця і вирваний з контексту; в запалі журналістської риторики на газетну шпальту так і проситься яка-небудь пафосна гіпербола.*

Термін «журналістська риторика» (*retoryka dziennikarska*) фіксує польський «*Slownik terminologii medialnej*»: це одна із сучасних дисциплін риторики, що займається опрацюванням, пропагуванням, а також практичним застосуванням тих засад ефективного комунікування, які потрібні в роботі журналіста. Їх вивчення має допомогти журналістові у творенні матеріалу, який адресат не тільки зауважить, прочитає чи вислухає, але також зрозуміє, визнає як слухний і запам'ятає [14, с. 188]. Важливими, на думку польського науковця В. Пісарека, є ті мовні засоби, які використовує журналіст, а також його вміння будувати текст відповідно до мовних норм [15].

Російські науковці З. Смелкова, Л. Ассуїрова, М. Савова, О. Сальникова з риторичних позицій розглядають жанрово-стилістичні ознаки й моделі створення різножанрових журналістських матеріалів, акцентують на можливостях використання слова й тексту, визначають моральні орієнтири журналіста, зауважуючи, що «слово журналіста має утверджувати моральні ідеали (етос), захищати добро і правду, об'єднувати людей, гармонізувати суспільні відносини, воно має бути розумним (логос), спрямованим до істини, має емоційно впливати на людей (пафос)» [16, с. 3]. На думку науковців, саме риторичні (етико-лінгвістичні) основи можуть забезпечити ефективність навчання професії [16, с. 3].

Немає достатніх підстав говорити про журналістську риторику як про рід красномовства. «Рід – це більш чи менш сталий розділ красномовства, що характеризує спільність предмета, його оцінку й особливості найближчих цілей, де головним є засіб і форма мови. Вид можна охарактеризувати як жанр красномовства, який у межах роду є подальшим диференціюванням за конкретнішими ознаками» [17, с. 60]. Журналістика справді характеризується спільністю предмета (соціально важливі проблеми суспільного життя), мети (інформування суспільства про події, аналіз і оцінка подій, формування громадської думки), має особливі засоби й вербальні та невербальні форми втілення. Рід красномовства є гіперонімом до виду красномовства, наприклад, до роду «політична риторика» (політичне красномовство) видами є мітингова промова, парламентська промова тощо. Журналістська риторика охоплює усне й писемне мовлення, тому її видами можуть бути не окремі промови, а жанри журналістики: стаття, репортаж, замітка, інтерв'ю тощо. Однак за такого підходу не до кінця зберігається логічна однорідність на рівні гіпонім-гіперонім «рід-вид красномовства», де видом є усна промова. Аналізуючи термін-гіперонім «види красномовства», що об'єднує в собі кілька тематичних груп термінів-гіпонімів, дослідниця риторичної термінології З. Куньч не використовує

* У публікації використано матеріали інтернет-сайтів <http://journalib.univ.kiev.ua>, <http://journalism.ucu.edu.ua>, <http://ufck.univer.cherkassy.ua>, www.relga.ru, <http://webcache.googleusercontent.com>, www.gazeta.ru, www.bskees.ru/news, www.krugosvet.ru, <http://www.id.uw.edu.pl>, <http://informatorects.uw.edu.pl>, <http://usosweb.dak.uw.edu.pl>

термінів «журналістська риторика» чи «журналістське красномовство» [5, с. 60]. У переліку назв осіб, що здійснюють ораторську діяльність (ТП оратор), З. Куньч подає терміни «автор, лектор, депутат, опонент, промовець, пропагандист, проповідник, рецензент, співдоповідач, трибун тощо» [5, с. 61]. До цього переліку тематичних підгруп можна долучити також термін «журналіст», оскільки в окремих наукових текстах використовують термін-комполит «журналіст-ритор» [18]. Журналістської риторики стосується також класифікація монологів: залежно від наявності чи відсутності контакту зі слухачами виділяють аудиторний (безпосередньо-контактний) і посередньо-контактний монолог (радіомонолог, телевізійний монолог) [5, с. 61].

У наукових публікаціях використовують також терміни «риторика ЗМІ» та «медіариторика», що функціують як синоніми з огляду на синонімію термінів «засоби масової інформації (ЗМІ)» та «медіа» (слід зауважити, що англійською мовою обидва терміни перекладають однаково – media rhetoric). Термін ЗМІ використовують в українському журналістикознавстві з 70-х років ХХ ст. як синонім до терміна ЗМП (засоби масової інформації і пропаганди). Зі зміною суспільного устрою й суспільної ролі журналістики номінація ЗМП вийшла з ужитку, однак у терміні ЗМІ залишились значення односторонньої комунікації, що передбачає тільки інформування реципієнтів. У середині 80-х рр ХХ ст. спостерігається паралельне вживання найменувань ЗМП та ЗМІ, почали використовувати термін ЗМК, який до того вважали «буржуазним» [19, с. 27]. З початком ХХІ ст. значного поширення набув іншомовний термін «мас-медіа» на позначення засобів масової інформації, термін «мас-медіа», як і ЗМК (на відміну від терміна «ЗМІ»), передбачає інтерактивну, а не односторонню комунікацію [19, с. 27]. Однак сема «спрямованість комунікації» у використанні терміноодиниць «риторика ЗМІ» та «медіариторика» не є визначальною, відмінність у функціонуванні цих термінів полягає радше не в самому значенні, а в орієнтованості – на західну чи пострадянську систему називання. Термін «медіариторика» із двома компонентами іншомовного походження можна активно використовувати в науковому обігу, адже «з погляду емоційно-експресивної характеристики активне функціонування термінів-інтернаціоналізмів в українській риториці термінології зміцнює систему, оскільки чужі слова позбавлені загальних значень і тому сприймаються як «чисті терміни» [5, с. 108].

У терміні «риторика ЗМІ» не реалізується значення, що стосується практичного застосування засад риторики в індивідуальній журналістській творчості; використовуючи це терміносполучення, мають на увазі не індивідуальність автора, а особливості того чи іншого видання, теле- чи радіо-каналу, інтернет-ресурсу, а також розділ науки, навчальну дисципліну: *Найбільший вплив на суспільну свідомість в кожну епоху здійснюють види мовленнєвої комунікації, які на той час домінують. Тому і риторичні дисципліни, що їх вивчають, викликають найбільший інтерес. На сьогодні це риторика засобів масової інформації, політична і ділова (комерційна) риторика.* Цей термін може поширюватися прикметниками: *ультранаціоналістична риторика ЗМІ, маніпулятивна риторика ЗМІ*; у такому контексті він набуває значення комплексу мовних засобів, які використовують у медіях.

Польські науковці розрізняють риторику в медіях і риторику медій, зокрема, у Варшавському університеті відбулася конференція «Риторика в медіях і риторика медій» («Retoryka w mediach, retoryka mediów», 2010), де було розглянуто такі основні проблеми: чим є журналістська риторика і хто її творить; чи є одна риторика, чи багато риторик; чи мають медіа свої способи риторичного мовлення; чи риторика тих, хто виступає в ЗМІ, впливає на риторику ЗМІ, чи навпаки, окремі особи пристосовують своє мовлення до риторики медій, у яких виступають [20].

Як назву навчальної дисципліни найчастіше вживають термін-комполит «медіариторика»: *Навчальні курси: Медіариторика; Студенти вивчають предмети «Літературна праця журналіста», «Медіариторика».* Польські науковці трактують медіариторику як «дискурсивну практику надавання значень» (*Retoryka medialna jako dyskursywna praktyka nadawania znaczeń*, предмет «Analiza dyskursu medialnego, Варшавський університет), а також піддають сумніву і, відповідно, потребі доведення її існування: *Медіариторика – чи існує? (Retoryka medialna – czy istnieje?)*.

Отже, можемо стверджувати, що вислови «журналістська риторика», «риторика ЗМІ» та «медіариторика» є елементами терміносистем риторики та журналістики. Така синонімія свідчить

про різні шляхи термінотворення, як через запозичення та калькування, так і через внутрішньомовну мотивацію. Стосовно цих термінів слушною видається думка З. Куньч про те, що: «...паралельне функціонування багатьох найменувань у власномовному та запозиченому варіантах... забезпечує можливість вибору відповідної номінації залежно від жанрово-стилістичних особливостей тексту» [5, с. 109]. Аналіз текстів виявляє тенденцію вживати словосполучення «журналістська риторика» переважно на позначення практичного застосування засад риторики в індивідуальній творчості журналіста; словосполучення «риторика ЗМІ» – на позначення засад риторики в ЗМІ загалом і в конкретному засобі масової інформації; термін «медіариторика» найчастіше вживають як назву навчальної дисципліни. Усі терміноодиниці позначають назву розділу риторики, що стосується сфери журналістики.

Дослідження журналістської риторики в українській науці викликає дедалі більший інтерес, а тому термінологічний апарат цієї сфери потребуватиме подальшого аналізу та вдосконалення.

1. *Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті* / [за ред. Ю. Бідзілі] – Ужгород : Закарпаття, 2007. – 224 с.
2. Григораши Д. С. *Журналістика у термінах і виразах* / Д. С. Григораши – Л. : Вища шк., 1974. – 296 с.
3. Гонтар М. *Родо-видові відношення в терміносистемі журналістики* / Марина Гонтар // *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : Серія «Проблеми української термінології»*. – 2010. – № 675. – С. 83–86.
4. *Типологічні аспекти системності сучасної української мас-медійної термінології* / Галина Зоря // «Проблеми української термінології» : зб. наук. пр. – 2010. – С. 97–99.
5. Куньч З. *Українська риторична термінологія: історія і сучасність : Монографія* / Зоряна Куньч. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. – 216 с.
6. Куньч З. *Риторичний словник* / Зоряна Куньч. – К. : Рідна мова, 1997. – 342 с.
7. Мащенко І. Г. *Енциклопедія електронних мас-медіа. – Т. II : Словник-госарій термінів і виразів : Навчальний посібник* / І. Г. Мащенко. – К. : КиМУ, 2007. – 420 с.
8. Сагач Г. М. *Словник-мінімум термінів красномовства* / Г. М. Сагач. – К., 1992.
9. Сагач Г. *Словник основних термінів та понять риторики* / Г. М. Сагач. – К. : МАУП, 2006. – 280 с.
10. Яцимірська М. Г. *Сучасний медіатекст : Словник-довідник.* / М. Г. Яцимірська – Л. : ПАІС, 2005. – 128 с.
11. *Сучасна українська літературна мова : Лексика і фразеологія* / [за заг. ред. І. К. Білодіда]. – К. : Наук. думка, 1973. – 440 с.
12. Панько Т. І. *Українське термінознавство* / Т. І. Панько, І. М. Кочан, Г. П. Мацюк. – Л. : Світ, 1994. – 216 с.
13. *Словник української мови : в 11 т. – Т. II.* – К. : Наук. думка, 1971. – 550 с.
14. *Słownik terminologii medialnej* / [red. Walery Pisarek]. – Kraków : Universitas, 2006. – 251 s.
15. *Pisarek W. Nowa retoryka dziennikarska* / Walery Pisarek. – Kraków : Universitas, – 2002. – 296 s.
16. *Смелкова З. С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты* / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуцрова., М. Р. Савова, О. А. Сальникова. – М. : Флинта; Наука, 2009. – 320 с.
17. *Зубенко Л. Г. Ораторське мистецтво : Практичний посібник* / Л. Г. Зубенко. – К. : Парламентське видавництво, 2002. – 115 с.
18. *Галстян С. С. Языковая личность – основа телевизионной коммуникации. – Режим доступу: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1544>*.
19. *Орлова Н. В. До проблеми визна-чення основних понять сучасного українського журналістико-знавства* / Н. В. Орлова // *Стиль і текст.* – Вип. 12. – 2011. – С. 26–29.
20. *Retoryka w mediach, retoryka mediów.* – Режим доступу: <http://www.id.uw.edu.pl>.