

Попович Ю. О.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

РИТОРИКА В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ПРАКТИЦІ

У статті досліджено як риторичні прийоми впливають на журналістську практику. Сучасна журналістика вимагає не лише майстерності написаного слова, а й уміння використовувати риторичні прийоми для переконання та впливу на аудиторію. Риторика з давніх-давен слугувала інструментом впливу на публіку. Доведено, що тема риторики в журналістській практиці є предметом активних досліджень як в Україні, так і за кордоном. Значний внесок у цій галузі зробили такі українські дослідники, як Христина Дацишин, Галина Сагач, Любов та Ольга Мацько, Зоряна Куньч, Юрій Бідзіля, Марія Бондар, Марія Яцимірська та ін. Розкрито, що риторика є інструментом підвищення ефективності та якості журналістських матеріалів в інформаційному просторі.

З'ясовано, що риторика являється потужним інструментом, що дозволяє медійнику ефективно реалізувати комунікативні стратегії, підбирати мовні засоби та структурувати матеріал так, щоб досягти максимального впливу на реципієнта. Визначено, що вона є рушійною силою для досягнення конкретних завдань. Доведено, що саме риторика дає можливість журналісту не просто подати інформацію, а й структурувати її для сприйняття аудиторією. Отже, саме риторика допомагає структурувати матеріал для того, щоб він був зрозумілим та доступним. Риторичні засоби досвідчені журналісти активно використовують у текстах для інформування, впливу, переконання і навіть маніпулювання.

Доведено, що саме у сучасному інформаційному просторі, де читач (глядач) зустрічається з величезним потоком інформації, головне завдання журналіста не лише донести інформацію, а й зацікавити та переконати аудиторію за допомогою слова. Саме в цьому сучасному журналісту допоможе риторика.

У статті з'ясовано, що головне завдання риторики в журналістській практиці полягає в тому, щоб донести інформацію до глядача максимально ефективно. Це означає не просто передати факти, а й сформулювати певне ставлення до них у читача або глядача

Ключові слова: реципієнт, медійник, риторичні прийоми, логос, етос, пафос.

Постановка проблеми. У сучасному науковому дискурсі спостерігається посилений інтерес до взаємодії риторики з журналістикою та інтерес до мистецтва красномовства, до аналізу публічних виступів, як в усній, так і писемній формах. Сучасна журналістика вимагає не лише майстерності написаного слова, а й уміння використовувати риторичні прийоми для переконання та впливу на аудиторію. Проблема полягає у недостатньому впровадженні риторичних засобів як інструменту підвищення ефективності журналістської комунікації. Сучасні медійники часто зосереджуються на інформаційному аспекті, ігноруючи риторичними прийомами. Це призводить до того, що тексти втрачають свою ефективність, стають менш помітними, не досягаючи мети – не лише інформувати, а формувати, переконувати та спонукати до дії. Риторика з давніх-давен слугувала інструментом впливу на публіку. Через те виникає потреба у дослідженні риторичних прийомів та їх застосування на прак-

тиці для підвищення якості журналістського продукту в цілому.

Незважаючи на значні дослідження, проблема системного впровадження риторики в журналістську практику залишається недостатньо висвітленою. Відчувається брак комплексних рекомендацій, як сучасний журналіст може використовувати риторичну та її прийоми для підвищення якості своїх матеріалів та переконливій інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема риторики в журналістській практиці є предметом активних досліджень як в Україні, так і за кордоном. Значний внесок у цій галузі зробили такі українські дослідники, як Христина Дацишин, Галина Сагач, Любов та Ольга Мацько, Зоряна Куньч, Юрій Бідзіля, Марія Бондар, Марія Яцимірська та ін. Їхні праці є частиною колективних монографій, наукових збірників та статті у фахових журналах.

У своїй праці «Терміни «журналістська риторика», «риторика ЗМІ», «медіариторика»» Хрис-

тина Дацишин аналізує та розмежовує поняття «журналістська риторика», «риторика ЗМІ», «медіа-риторика». У статті «Метафора в сучасному українському політичному дискурсі» авторка демонструє глибоке занурення у тему політичної риторики, яка нерозривно пов'язана з журналістикою.

Однією із засновників сучасної української школи риторики є Галина Сагач. Вона є відомою авторкою праць з теорії риторики та ораторського мистецтва, які стали основою для розуміння риторичних принципів у будь-якій сфері, в тому числі з журналістикою. Відомою її працею є «Риторика».

Відомі ритори, Любов та Ольга Мацько, досліджують лінгвістичну риторику, правила побудови мовлення та соціальне функціонування тексту. Відомий посібник «Риторика». В ній автори розглядають риторику як науку породження тексту.

Марія Бондар та Марія Яцимирська у статті «Категорії класичної риторики в сучасній журналістиці» розглядають, яку важливу роль відіграють у журналістиці такі поняття, як «логос, етос і пафос».

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та роль риторичних прийомів у сучасній журналістській практиці. Риторика є інструментом підвищення ефективності та якості журналістських матеріалів в інформаційному просторі.

Завдання.

1. Теоретично обґрунтувати місце та значення риторики в журналістській практиці.

2. Проаналізувати специфіку використання риторичних засобів у сучасній журналістиці.

Виклад основного матеріалу. Важливу роль у журналістиці відіграє риторика. Риторика як мистецтво переконання та красномовства має багатовікову історію, що бере свій початок з античної Греції та давнього Риму. Вона розвивалася разом з політичною та соціальною думкою, стала обов'язковою частиною публічного життя й освіти. Від давніх ораторів Демосфена і Цицерона, до сьогоднішніх днів риторичні навички були і є важливими для формування ефективних комунікативних стратегій у різних сферах життєдіяльності людини. За давньогрецьким ритором Арістотелем риторика як мистецтво має знаходити можливі способи переконання щодо кожного предмета.

Риторика – це давнє мистецтво ефективного та переконливого мовлення, яке набуває в наш складний не простий час особливої актуальності та значення для журналістської практики. Важливу роль у журналістській практиці відіграє риторика. Вона являється потужним інстру-

ментом, що дозволяє медійнику ефективно реалізувати комунікативні стратегії, підбирати мовні засоби та структурувати матеріал так, щоб досягти максимального впливу на реципієнта. Вона є рушійною силою для досягнення конкретних завдань. Риторика дає можливість журналісту не просто подати інформацію, а й структурувати її для сприйняття аудиторією. Саме риторика допомагає в цьому, тобто структурувати матеріал для того, щоб він був зрозумілим та доступним. Цього можна досягнути, якщо: 1) логічно побудувати текст, повинна бути чітка послідовність викладу матеріалу, кожна думка має впливати з попередньої; 2) використання загальноживаної лексики. Журналіст, як пояснює В. Здоровега, мусить володіти мистецтвом «перекладу» складної інформації на мову, зрозумілу широкому загалу, не втрачаючи при цьому її суті [2]; 3) дотримуватись чітких формулювань. Потрібно не допускати двозначності, багатослів'я та канцеляризмів. Риторика вчить добирати точні слова, що передають ту думку, яку автор прагне донести, без всяких інтерпретацій; 4) переконання: робота журналіста рідко обмежується лише констатацією фактів, часто вона передбачає формування певного ставлення аудиторії до подій чи явищ. Саме риторика є інструментом переконання. Арістотель виділив три основні способи переконання: етос (довіра до мовця), патос (апеляція до емоцій аудиторії) та логос (логіка викладу). У журналістиці ці три аспекти є важливими; 5) вплив на аудиторію являється важливим фактором у журналістиці; 6) привернення та утримання уваги слухачів. Світ, який перенасичений різноманітною інформацією, здатність при цьому привернути та утримати увагу читача є життєво важливою ознакою.

Риторика допомагає журналістам досягти цього за допомогою: 1) «сильних» заголовків; 2) яскравих вступних абзаців; 3) використання прикладів та історій.

Вивчення та розуміння ролі риторики в журналістиці є дуже важливим для підвищення якості медіаконтенту, зміцнення довіри до медіа та ефективного функціонування до демократичного суспільства. Вона є невід'ємною складовою журналістської діяльності, оскільки формує не лише спосіб подання інформації, а й взаємозв'язок між медіа та аудиторією. Риторичні засоби досвідчені журналісти активно використовують у текстах для інформування, впливу, переконання і навіть маніпулювання.

Адже у сучасному інформаційному просторі, де читач (глядач) зустрічається з величезним

потокотом інформації, головне завдання журналіста не лише донести інформацію, а й зацікавити та переконати аудиторію за допомогою слова. Саме в цьому нам допоможе риторика. Вона є сьогодні важливим інструментом не тільки для розвитку мовлення, а й для сучасного журналіста.

Головне завдання риторики в журналістській практиці полягає в тому, щоб донести інформацію до глядача максимально ефективно. Це означає не просто передати факти, а й сформулювати певне ставлення до них у читача або глядача. Часто журналісти використовують риторичні прийоми для:

1) привернення уваги; 2) чіткості та зрозумілості тексту, не повинно бути двозначності (не допускається); 3) повинні бути аргументи переконливості (посилання на авторитетні джерела); 4) об'єктивність та відповідальність за викладені факти; 5) вплив на громадську думку; 6) привернення та утримання уваги слухачів; 7) формування іміджу та довіри.

Для того, щоб зробити свої матеріали виразними та переконливими журналісти часто послуговуються різноманітними риторичними прийомами і використовують епітети, метафори, порівняння, риторичні запитання, антитези, гіперболи та літоти, інверсію, іронію та сарказм. Варто пам'ятати, що використання риторичних прийомів у журналістиці має бути виправданим. Зловживати ними не варто, бо це може привести до маніпуляції громадською думкою, спотворення фактів та втрати довіри до викладених матеріалів. Кожен сучасний журналіст, в наш час, зобов'язаний прагнути до: об'єктивності, відповідальності, точності та поваги до аудиторії. Журналіст повинен не лише інформувати, а й зацікавлювати, пояснювати, переконувати та впливати на аудиторію.

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» [7, с. 57]. Справжні поціновувачі рідного слова дедалі частіше звертають увагу на канони класичних наук, зокрема риторику.

Риторику і журналістику можна цілком вважати мистецтвом живого слова. Риторика за словами Л. Мацько та О. Мацько «потрібна в усіх тих сферах людської діяльності, де мова є основною рушійною силою і засобом творення суспільно корисних людських цінностей» [4, с. 9]. «Залежно від того, **що** говорити і **кому**, риторика відповідає на питання, **як** говорити, **для чого** і **де**» [4, с. 10]. Знання риторики «дозволяє розвинути систем-

ність мислення, мовлення й поведінки, що, в свою чергу, є основою цілісного бачення людиною оточуючого світу» [6, с. 14].

Усі ці навички необхідні працівникам медіа. Вважаємо, що усі надбання риторики потрібно покласти в основу сучасної журналістики. Гостре рішуче та правдиве слово, яке вчить жити, а не лише реагувати на життя є необхідним у журналістиці незалежної України. Ефективне й етичне використання риторичних стратегій є ознакою професійної журналістики. Воно потребує не лише мовної майстерності, а й високого рівня медійної майстерності. Мовне питання різних концептів у медійному дискурсі досліджували А. Вежбицька, О. Хорошун, А. Загнітко, О. Задорожна, М. Скаб, Ю. Степанов та б. ін.

Сьогодні риторика є потужним інструментом навчання, що сприяє розвитку критичного мислення, аргументації, ефективної комунікації. Вільне володіння живим словом є обов'язковим для того, щоб відстоювати свою думку публічно, схилити аудиторію на свій бік.

У XX столітті риторика почала зазнавати значних змін, зокрема нових технологій комунікації, що дали змогу створити нові форми публічного виступу від телевізійних шоу до інтернет-презентацій. З'явилися нові аспекти риторики, такі як медіариторика та політична риторика.

Риторика є не тільки мистецтвом слова, а й важливим інструментом для передавання думок, ідей, поглядів та переконань. Розвинути в собі здібності ораторського мистецтва може кожен журналіст, але для цього потрібно докласти чимало зусиль і витратити багато часу на тренування.

Журналіст повинен організувати свої думки в чітку логічну структуру. Ораторське мистецтво – це не тільки техніка мовлення, а інструмент для аргументації, розвитку комунікаційних навичок, переконання та морального впливу на глядача.

Важливе значення для сучасного журналіста (медійника) є комунікативно-риторичний досвід. Від цього залежить його успіх. Практичний контекст діяльності журналіста, крім формування позитивного особистісного іміджу, спонукає до оперативності в опрацюванні, осмисленні й узагальненні здобутої з різних джерел інформації, вправного використання потужних ресурсів риторики.

Риторика – це наука успіху. Знання риторики «дозволяє розвинути системність мислення, мовлення й поведінки, що, в свою чергу, є основою цілісного бачення людиною оточуючого світу» [6, с. 14]. Це вміння потрібне всім працівникам медіа. Вважаємо, що всі надбання риторики

від найдавніших часів до наших днів потрібно покласти в основу сучасної журналістики.

Науковці безспідставно вважають риторику «одним із найважливіших складників журналістської майстерності» [8]. Журналісти у своїй роботі мають постійно аналізувати чужі тексти та продукувати власні матеріали різного виду. Тут необхідні знання з риторики, щоб досягти успіху у журналістській діяльності.

У зв'язку з активізацією риторичного аспекту вивчення текстів із журналістики запроваджують такі терміни, як «журналістська риторика», «риторика ЗМІ» та «медіариторика». Ці вислови являються термінами риторики та журналістики. Журналістську термінологію в різних аспектах досліджували такі українські вчені, як Ю. Бідзіля, Д. Григораш, М. Гонтар, Г. Зоря, І. Мащенко, М. Тимошик, М. Яцимирська та б. ін.

Завдання риторики у журналістиці окреслює О. А. Щербакова, хоч і користується терміном «журналістська риторика». «Формування творчої особистості, яка ефективно володіє усною публічною переконуючою комунікацією в ім'я найвищих цінностей, котрі з давніх-давен (ще від Сократа) сповідувало людство. Київська риторична школа, очолювана академіком І. А. Зязюном, висуває такі цінності, як Істина, Добро і Краса; школа, очолювана професоркою Г. М. Сагач – Віра, Надія, Любов» [8].

Дослідження риторики у журналістській практиці викликає дедалі більший інтерес, а тому потребує подальшого дослідження. Особливої уваги заслуговує застосування різних риторичних прийомів у журналістиці.

У добу, коли слово знецінюється та настає моральна криза у журналістиці «журналістика на практиці перетворюється лише на посередництво (медіаторство), а в теорії – на науку, що обмежується вивченням новітніх комунікаційних технологій» [3, с. 57]. Письменники, публіцисти, науковці все частіше звертають увагу на класичні науки, зокрема риторику.

Риторику та журналістику можна назвати мистецтвом живого слова. Досвід риторики, який налічує 2,5 тис. років історії, неодмінно знадобиться під час аналізу джерел інформації та створення текстів у медіа.

У риториці однією з основних ознак вдалої промови чи тексту є логічно-послідовний і зв'язний виклад думок. Важливе значення для журналістів є довіра громадськості. Журналіста, який свідомо обманює не пробачить ніхто.

«...риторична наука і практика декларувала і відстоювала високу моральність оратора як непогрішливий закон, як велике благо оратора і риторики в цілому. В усі віки цінувалися високі помисли, чисте серце, щира душа оратора» [4, с. 11]. Майстрам пера і мікрофона потрібно продовжувати цю традицію і вчитися бути «апостолами істини» [3, с. 11].

У мовленні журналіста та його текстах пафос (пристрасть, почуття) може виявлятися природно чи зумисне. Важливим чинником у професії журналіста є почуття емпатії, тобто здатність відчувати психологічний стан іншого, перейматися певними ідеями, проблемами як у риториці, так і в журналістиці, виникає питання: чи має право журналіст виявляти особисті почуття в промові. Варто зазначити, що емпатія може бути когнітивною (інтелектуальною) або емоційною. Для журналіста емоційна емпатія є небажаною, адже реципієнт, який шукає новини чи аналітику, не завжди готовий сприймати ще й емоції. А когнітивна емпатія завжди приносить результат. Читач чи глядач буде радий (задоволений), коли помітить, що журналіст не байдужий до його проблем.

Українська дослідниця журналістики Марія Титаренко у своїй праці «Макротекст: модифікації риторичного канону» формулює головні засади журналістики. Слово нового покоління журналістів:

1) має прямувати до істини, бути змістовним, присутнім і життєствердним (логос); 2) утверджувати моральні ідеали, захищати добро, правду, об'єднувати людей, гармонізувати взаємини (етос); 3) емоційно впливати, резонувати, стати імпульсом, який спонукає до дії (пафос) [7, с. 57].

Сучасні журналісти працюють у межах топісів як звичних ситуацій, так і непередбачуваних. У такому випадку потрібно «вितворити, заповнити можливостями свого інтелекту і мовного смаку» [4, с. 14]. Невміння миттєво поставити доречні конкретні запитання, такого журналіста не пробачить аудиторія. Запорукою успішності матеріалу є швидка орієнтація журналіста.

«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)» [4, с. 4].

Зараз у наш час особливо популярним є інтернет-публікації. Це наукові, публіцистичні, а також тексти розмовного стилю.

Особливе значення в українській журналістиці відіграє жанр. Вперше, судження про жанри знаходимо у праці Арістотеля «Поетика», хоч сам термін починають вживати значно пізніше. Володимир Здоровега, професор Львівського національного університету імені Івана Франка, слушно зазначає, що слово «жанр» неоднозначне. Його визначальними ознаками вважають різноструктурні елементи: предмет відображення, тип мовної організації, будови, композиції твору, репортаж, доповідь і т. д. [2]

Без сумніву, поява і розвиток жанрів інформації пов'язані зі змінами у суспільстві та його потребами, що спричиняють зміни в інформації та способах їх подання. Будь-кого зацікавить журналістський твір, коли в ньому доступною мовою розповідають про свіжу і неординарну новину, поєднують факти з думкою, коли важливе подають цікаво. В Україні, уже за традицією до інформаційних жанрів відносять звіт, інтерв'ю, репортаж, інформаційну кореспонденцію, тобто матеріали, головне завдання яких – повідомити, відтворити, описати подію, факт, явище, а також передати думки людей з актуальних питань життя. В українській медіа найкоротшу форму повідомлення новин називають хронікою. Вона відповідає на запитання «що відбулося? де?». Інформація у журналістиці виражається через новину, коментар,

До журналістики незалежної України ставлять вимогливі завдання: гостре рішуче правдиве слово, як відповідь на усі актуальні проблеми; слово, яке вчить жити, а не лише реагувати на життя, керуючись інстинктами [3, с. 24]; слово, яке «збуджує думку, дискусію, рух, а разом з тим виробляє відвагу і силу для дальшої боротьби» (Іван Франко) [5]. Особливо це помітно у наш такий складний час. Час російсько-української війни. Сучасні обставини змусили змінити свою риторику працівників медіа. Основні зміни в риториці

журналістів під час війни: 1) патріотичний тон (журналісти стали активно підтримувати українські збройні сили, висвітлювати героїзм як військових, так і цивільних); 2) мова ворожнечі до ворога; 3) акцент на офіційні джерела, поширення військової термінології (Генеральний штаб ЗСУ, Міністерство оборони України та ін.); 4) «ефект присутності» та робота «воєнкорів» (швидкий доступ до новин, фото- та відеоматеріали); 5) зміна порядку денного та цензура / самоцензура. Війна змінила порядок денний у медіа. Більшість матеріалів присвячена військовим діям, їх наслідкам, міжнародній підтримці України; 6) звання аудиторії до зображень руйнувань, жертв, що раніше вважалося неприйнятним. Це ставить перед журналістами нові завдання, як висвітлювати війну, не завдаючи шкоди психіці аудиторії; 7) зростання до уваги психологічного впливу. Зміна жанрів і форматів (більше репортажів із фронту, інтерв'ю з військовими).

Отже, риторика журналістів під час війни стала більш патріотичною, емоційною. «Медіа в умовах війни перестають бути просто каналами комунікації – вони стають зброєю впливу, де слово здатне формувати реальність і мобілізувати націю» [1].

Висновки. Отже, риторика є невід'ємним потужним інструментом у сучасній журналістській практиці та ключовим фактором ефективної комунікації. У контексті інформаційного простору, цілеспрямоване та усвідомлене застосування риторичних прийомів набуває стратегічного значення для будь-якого медіа. Ми переконані, що риторичні засоби значно посилюють переконливість, емоційне забарвлення та запам'ятовуваність журналістських матеріалів. Цілеспрямоване та етичне використання риторичних прийомів є життєво необхідним для підвищення якості журналістського продукту. З цими завданнями легше буде впоратися тим журналістам, які будуть добре ознайомлені з нормами класичної риторики. Ця тема є цікавою і потребує ще подальших досліджень.

Список літератури:

1. Захарченко І. Журналістика в умовах війни: виклики і трансформації. Київ : НаУКМА, 2023. 354 с.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
3. Лось Й. Д. Публіцистика і тенденції розвитку світу: навч. посіб. Львів : ПАІС, 2008. Ч. 1. 376 с.
4. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика: навч. посіб. К. : Вища школа, 2006. 311 с.
5. Нечиталюк М. Ф. Зачинатель теорії публіцистики. *Збірник праць кафедри української преси*. Львів, 2000. Вип.3. С. 211–219.
6. Спанатій Л. С. Риторика: навч. посіб. К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2008. 144 с.
7. Титаренко М. Макротекст: модифікації риторичного канону. *Вісник Львівського університету. Серія: журналістика*, 2009. Вип.32. С. 53–63.
8. Щербакова О. А. Про особливості викладання курсу «Риторика» студентам-журналістам. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=artikle&article=224>.

**Popovych Yu. O. RHETORIC IN JOURNALISTIC PRACTICE RHETORIC
IN JOURNALISTIC PRACTICE**

The article examines how rhetorical techniques affect journalistic practice. Modern journalism requires not only mastery of the written word, but also the ability to use rhetorical techniques to persuade and influence the audience. Rhetoric has long served as a tool for influencing the public. It is proven that the topic of rhetoric in journalistic practice is the subject of active research both in Ukraine and abroad. A significant contribution to this field has been made by such Ukrainian researchers as Khrystyna Datsyshyn, Halyna Sahach, Liubov and Olha Matsko, Zoriana Kunch, Yurii Bidzilia, Mariia Bondar, Mariia Yatsymirska, and others. It is revealed that rhetoric is a tool for improving the efficiency and quality of journalistic materials in the information space.

It has been proven that rhetoric is a powerful tool that allows a media person to effectively implement communication strategies, select language tools and structure the material in such a way as to achieve maximum impact on the recipient. It has been determined that it is a driving force for achieving specific tasks. It has been found that it is rhetoric that allows a journalist not only to present information, but also to structure it for the audience to perceive. It has been proven that it is rhetoric that helps to structure the material so that it is understandable and accessible.

Rhetorical tools are actively used by experienced journalists in texts to inform, influence, persuade and even manipulate.

It has been proven that in the modern information space, where the reader (viewer) encounters a huge flow of information, the main task of a journalist is not only to convey information, but also to interest and convince the audience with the help of words. Rhetoric will help a modern journalist in this.

The article explains that the main task of rhetoric in journalistic practice is to convey information to the viewer as effectively as possible. This means not just conveying facts, but also formulating a certain attitude towards them in the reader or viewer.

Key words: recipient, media person, rhetorical techniques, logos, ethos, pathos.