МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Риторика»

для направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Почему именно Афины стали родиной риторики?
2. Что отличало понимание риторики Сократом от понимания Горгия?
3. Чем объяснить, что многие исследователи считают диалог Платона «Федр» первым учебным пособием по риторике?
4. Почему наряду с принципами формальной логики современная риторика широко привлекает механизмы психоанализа?
5. Назовите основные признаки, отличающие блеф от лжи. Почему ложь в риторике невозможна, а блеф допустим?
6. Создатель современной риторики лотерального программирования Э. де Боко утверждает, что современный человек стал больше анализировать, чем думать. Подтвердите или опровергните это суждение.
7. Приведите примеры в деятельности современных СМИ, когда организация коммуникативного события вызывала определенные действия (коммуникацию события)?
8. Каким образом суггестия и рационализация связаны с симметрией полушарий головного мозга, описанной А. Р. Лурией?
9. В чем смысл различия акротического и энкратического языков у Р. Барта?
10. Почему принцип коннотации оказывается обязательным в процессе риторической коммуникации?
11. Чем объясняется недостаточность вербального (словесного) языка в процессе риторической коммуникации? Приведите примеры, когда использование средств телесного языка оказывается обязательным в риторическом акте.
12. Какие основания рассматривать молчание в качестве коммуникативного приема, неизбежного в риторическом акте?
13. Как соотносятся речевые тактики амплификации, шока и маневра в рамках публичного говорения?
14. Почему неориторика отказалась от принципа классификации Аристотеля по предмету речи и Квинтилиана по средствам речи, а избрала принцип цели высказывания?
15. Почему в неориторике диалогические дискурсы оказываются более востребованными в сравнении с монологическими, которыми пользовалась классическая риторика?
16. Почему рекламный дискурс в XX веке занял одно из центральных мест в культуре в отличие от прошлых эпох, когда он выполнял чисто информативную функцию?
17. Каким образом современная реклама связана с товарным мифом?
18. Почему учет категории габитуса П. Бурдье является обязательным при создании современного рекламного сообщения?
19. Чем вы объясняете постепенный переход рекламной коммуникации от брендита к позишинингу в последние десятилетия XX века?
20. Почему, рекламируя товары и услуги, страны третьего мира предпочитают использовать «сладкие» сюжеты, тогда как в рекламных сообщениях стран Европы и США преобладают шоковые и парадоксальные?
21. Почему универсальное мышление людей, возможное в рамках формальной логики, исчезает при переходе к средствам естественного языка?
22. В связи с какими факторами учет языковой картины мира партнера становится необходимым в переговорном процессе? Приведите примеры.

23. Чем можно объяснить действие принципа ограниченной рациональности в переговорном процессе?

24. Как меняется риторическая стратегия при переходе от официального пространства к фамильярному в переговорном процессе?

25. Возможна ли манипуляция в переговорном процессе и ее допустимые пределы. Приведите примеры.

26. Почему контакт спин-доктора с журналистом является необходимым в профессиональной деятельности обоих?

32. Какие риторические приемы используются при подготовке и презентации проектов спин-доктором?

33. Возможности журналиста в работе со спин-доктором по борьбе со слухами.

34. Почему ведение психологической войны в открытом дисциплинарном пространстве оказывается невозможным?

35. Какие качества журналиста оказываются востребованными при ведении информационных войн?

36. Назовите основные риторические приемы, используемые в радиожурналистике при подготовки передач на зарубежную аудиторию.

37.Необходимость имиджевой легенды для кандидата и риторические приемы ее создания.

38. Приемы классической и агональной риторики в создании и произнесении речи кандидата.

39. Почему кандидат всякий раз должен мотивировать приход во власть перед избирателями?

Минимум риторических терминов

(извлечения из риторического словаря Г. Г. Хазагерова)

1. *Риторика и красноречие. Общие термины*

Агора, апологетика, гомилетика, диспозиция, инвектива, инвенция, мемория, панегирик, персуазивность, софистика, филиппика, элукация, эпидейктика.

2.*Содержание речи*

Аргумент, доводы, топика, аподейксис, апофазис, диализис, дизъюнкция, квезиция, контроверсия, парадокс, посылка, силлогизм, сорит, софизм, энтимема, эпихейрема, эристика, апория, диасирмус, парресия, пафос, эвфемизм, эливация.

3. *Композиция речи*

Амплификация, воззвание, именование темы, конфутация, наррация, перорация, трансакция, хрия, эксордизм, экспликация, эпод, анафора, градация, когезия, лид, обманутое ожидание, сцепление.

4. *Язык*

Амбегю, амфиболия, анаграмма, графон, зевгма, каламбур, климакс, колон, логогриф, оксюморон, ономатопея, палиндром, плеоназм, пролепсис, умолчание, хиазм, центон, экзегезис, эллипсис, эпифора, аллегория, гипербола, катахреза, литота, парабола, парадигма, перифразис, эмблема, афоризм, гнома, инигма, панегирик, экфразис, азианизм, аттический стиль, гонгоризм, маньеризм, прециозный стиль, уместность речи, фамильярный стиль, анаколуф, варваризм, зияние, метабола.

Методические материалы утверждены на совместном заседании кафедр массовых коммуникаций и теории и истории журналистики (протокол № 6 от 02.09.2020).