**Риторический вопрос в печатных средствах массовой информации.**

**Курсовая работа.**

**План**

Введение

**Глава 1.** История вопроса

**Глава 2.** Функции риторического вопроса

**Глава 3.** Конвергенция и контаминация

Заключение

Библиографический список

Введение

На современном этапе развития лингвистики наблюдается повышенный интерес к такой области науки как риторика, (наука об ораторском искусстве; язык рассматривается как способ воздействия на слушателя).

Однако, вплоть до наших дней не существует ясного и однозначного понимания глубокого вопроса: что же именно закономерно связывает желаемый результат речи и ее внешнюю форму? В. Г. Белинский писал:

«…риторика получила свое начало у древних… Ее сделали самым важным и необходимым искусством, ибо она отворяла двери к власти и начальствованию.… Поэтому речи великих ораторов и дошли до открытия фигур и тропов. Оратор сильно поколебал толпу могучим словом, выраженным в фигуре вопрошения, -и вот могучее чувство отброшено в сторону, а фигуру вопрошения приняли к сведению…».

Данная курсовая работа посвящена изучению экспрессивных средств языка, а именно, стилистический эффект основан на вопросе, не требующем ответа или подразумевающим его. Такой стилистический прием в современной лингвистике именуется риторическим вопросом. Интерес к изучению данного приема обусловлен тем, что в настоящий момент риторический вопрос часто используется в средствах массовой информации. Тема настоящей курсовой работы «Риторический вопрос в СМИ ( газетные тексты)»

Безусловно, газетные тексты насыщены разного рода изобразительными средствами, благодаря которым газетная публицистика воздействует на адресатов и формирует общественное мнение. В связи с этим, актуальным на наш взгляд является обращение к изучению стилистических возможностей риторических приемов в газетных текстах.

Объектом исследования является риторический вопрос и его место в лингвистике. Предметом исследования являются принципы построения, структура и функционирование риторического вопроса в газетных текстах.

Актуальность данного исследования определяется недостаточной изученностью, как с точки зрения функционирования, так и с точки зрения структуры. Материалом для исследования послужили тексты современной газетной публицистики («Аргументы и факты», «Телевизор», «Конкурент», « Комок», « Телесемь» и др.)

Научная новизна состоит в том, что в данной работе впервые проводится анализ с точки зрения употребления в манипулятивной функции. Цель исследования - лингво-стилистическое описание риторического вопроса. Поставленная цель обусловлена следующими задачами:

1. дать определение риторическому вопросу.
2. определить систему структур семантических разновидностей.
3. изучение экспрессивных возможностей риторического вопроса.

Общий объем картотеки составил 70 примеров риторического вопроса. В ходе исследования применялись различные лингвистические методы: описательно- аналитический и его основные элементы (наблюдение, произношение, описание, классификация).

Теоретическая значимость данной работы заключается в том, что в ней дается исчерпывающее определение того, что такое риторический вопрос. Практическая значимость работы заключается в том, что ее результаты могут быть применены в практике преподавания риторики.

Структура работы.

Данная курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка.

Во введении обосновывается актуальность, теоретическая и практическая значимость работы, ее цели и задачи.

Первая глава «История вопроса» посвящена изучению истории вопроса, определению риторического вопроса и перечислению видов вопросов.

Вторая глава посвящена описанию функций риторического вопроса.

Третья глава «Конвергенция и контоминация».

В заключении делаются выводы по проведенной работе.

Библиографический перечень состоит из 30 наименований, завершает текст работы.

Глава 1 История вопроса

Риторические вопросы широко распространены, они часто употребляется как выразительный прием в ораторской речи .

К нему часто прибегали такие знаменитые ораторы античности, как Цицерон, Аристотель, Квинтилиан, Перикл, Демосфен, Сократ, Платон. Он являлся неотъемлемой частью их выступлений и речей.

Риторический вопрос мы встречаем в знаменитой первой речи «Против Катилины» Цицерона: Тебе ничто, как видно, и ночная охрана Палатина, и сторожевые посты, - где? в городе! – и опасенья народа, и озабоченность всех добрых граждан, и то, что заседание сената на этот раз проходит в укрепленнейшем месте, - наконец, эти лица, эти глаза?

Аристотель в своей «Этике. Политике. Риторике. Поэтике» рассматривает вопрос как способ воздействия на слушателя. Обучая правилам риторики, объясняет, когда уместно и когда нет, употребить вопрос. Он пишет следующее: «Что касается вопроса, то его всего уместнее предлагать тогда, когда одно из двух положений высказано таким образом, что стоит предложить один вопрос чтобы вышла нелепость. <…> вопрос уместен, когда из двух пунктов один сам по себе ясен, а относительно другого ясно, что на вопрос о нем дан будет утвердительный ответ…» <Аристотель, «Этика. Политика. Риторика. Поэтика»,1998, с. 567>

Риторические вопросительные предложения давно известны как особое средство украшения речи. М. В. Ломоносов в «Риторике» писал, что риторический вопрос «бывает не для испытания неизвестных, но для сильнейшего изображения известных вещей». <Л. Ф. Бердник, «Риторический вопрос как экспрессивное средство», 1989, с.96 - 98>

Риторический вопрос является ярким представителем риторических приемов (к которым так же относятся такие фигуры как анафора, эпифора, градация, антитеза, перечислительный ряд, аналогия, гипербола, инверсия и т. Д.) в частности грамматических тропов. Но что собой представляет «риторический прием»? Подробное аргументирование дает Г.В. Андреева в учебном пособии «Деловая риторика»: «Показ практически значимой информации. создание проблемной ситуации, прием сравнения, сопоставления, психологическая пауза, импровизация, прием разнообразия форм и методов подачи материала, драматизация монолога к диалогу, неожиданные риторические вопросы, шутка, использование юмора, использование крылатых фраз, цитат, принципиально новая оценка общеизвестного события, показ не только результата, но и процесса, оптимальное сочетание эмоциональных и рациональных фактов и приемов».

Подробное определение риторического вопроса дается в Энциклопедии Русского Языка под редакцией Ю.Н. Караулова: итак «Риторический вопрос- предложение, вопросительное по структуре, передающее подобно повествовательному предложению, сообщение, о чем-либо. Таким образом, в риторическом вопросе имеется противоречие между формой (вопросительная структура) и содержанием (значение сообщения).

Сообщение в Р.в. всегда бывает связано с выражением различных эмоционально – экспрессивных значений. Их основой является то, что Р. в. возникает всегда в условиях противодействия как эмоциональная реакция протеста. Поэтому для Р. в. характерно также противоречие между формой и содержанием по принципу утвердительность – отрицательность. Так, предложения, отрицательные по форме, передают утвердительное сообщение, а предложения с утвердительной формой имеют значение отрицаний. В качестве Р. в. могут употребляться предложения любой вопросительной структуры : с местоименным вопросительным словом, частицей без специальных вопросительных слов.

Р. в. не требует ответа, но от значения собственно вопроса в Р. в. остаётся установка говорящего на ответную желаемую реакцию собеседника. Значение сообщения не является основным значением, поэтому для его проявления требуются особые условия. Среди них определяющую роль играют интонация, контекст. В этих условиях нейтрализуется вопросительное значение и проявляется значение эмоционально выраженного сообщения.

Р. в. широко распространены, они часто употребляются как выразительный прием ораторской речи. После Р. в. ставится вопросительный знак, допустим восклицательный, изредка пользуются сочетанием того и другого знака»

Вопросительная фраза вообще предполагает реакцию в виде ответа, не зависимо от того идет ли речь о вопросе, типа: «Сколько времени?» или вопросе экзаменатора студенту; человек прибегает к вопросу тогда, когда он хочет что-то узнать. Особенность Риторического вопроса состоит в том, что он не требует ответа, поскольку оратор либо полагает, что этот ответ очевиден для аудитории, либо не стремится получить ответ, использует вопрос в качестве введения для ответа, который он даст сам. В этом случае конструкция

(вопросительное предложение), которая имеет типичное предназначение (побуждение к ответной реплике), используется нетипично, не так, как это делается обычно.

Существуют различные виды вопросов, приведем в пример некоторые из них.

ВОПРОС – КАПКАН.

Цель его – посадить в калошу оппонента, ряд умело подобранных вопросов может довести любого собеседника до кипения (используется в споре). Сорвавшись, человек потеряет самообладание и нить своих рассуждений, лучший прием парирования таких вопросов – ирония.

БЛОКИРУЮЩИЙ ВОПРОС.

Его функция –’ закрыть горизонт‘ оппоненту и добиться таких ответов, которые соответствуют концепции собеседника; и если вопрос сформулирован достаточно искусно, то он подталкивает мысль только в одном направлении, блокируя возможные альтернативы, н.р.: Будем ли мы пренебрегать собственными возможностями, когда все стремятся к самостоятельности?

КАВЕРЗНЫЙ ВОПРОС.

Сократ, как известно, приводил оппонента к полному краху своими каверзными вопросами. Когда его судили, он подробно объяснил, почему постоянно задавал людям такие вопросы: им двигало стремление побудить у них чувство справедливости. Себя он сравнивал с оводом, не дающим скотине зажиреть от дремоты.

ПРИНУДИТЕЛЬНЫЙ ВОПРОС.

Этим вопросом собеседник стремится уговорить нас согласиться с ним. Обычно это вопросы, типа: Вы ведь не будите этого отрицать? Кто же может отрицать такие факты?

УТОЧНЯЮЩИЙ ВОПРОС.

Им пользуются, когда нужны дополнительные сведения или когда хотят выявить истинные мотивы стороны, когда собеседник занимает нейтральную или позитивную позицию. Они начинаются со слов «что», «кто», «когда», «почему».

РИТОРИЧЕСКИЙ ВОПРОС.

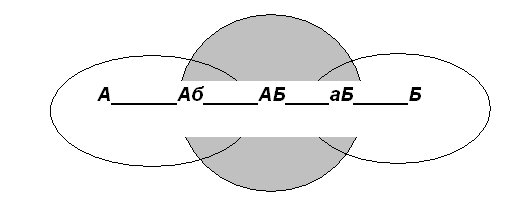
Если необходимо одобрение, то нужно прибегать к Р.В. Они обеспечивают молчаливое согласие, т.е. поддержку.

Риторический вопрос нередко используется в том случае, если говорящий по каким- то причинам не может или не хочет высказать мысль прямо, хотя и нуждается в том, чтобы аудитория поняла, что он хочет сказать. < Хазагеров Г.Г., Лобанов И.Б., «Риторика», 2004, с.152>

Эффективность риторического вопроса в том, что он ‘‘ненавязчиво навязывает‘‘ нужную идею. Особенно высока эффективность риторического вопроса в состоянии напряженного ожидания, когда аудитория эмоционально возбуждена.

И.А. Стернин («Практическая риторика») приводит в пример эффективности риторического вопроса, историю адвоката Плевако: он защищал старушку, укравшую французскую булку. Прокурор заявил, что кража не велика, но это преступление и оно подрывает основы законов империи. Плевако, обращаясь к присяжным заседателям, сказал: « Уважаемые господа! Не мне напоминать вам, сколько испытаний выпало на долю нашего государства и в скольких из них Россия вышла победительницей. Устоев Российской империи не смогли подорвать ни татаро-монгольское нашествие, ни нашествие шведов , турок, французов. Как вы думаете, вынесет ли Российская империя одну французскую булку? Старушку оправдали.

Итак, термин «риторический вопрос» объединяет систему структур семантических разновидностей, образующих его центр и периферию. Это можно отобразить в следующей схеме:



А – повествовательные предложения; Аб – эмоциональные риторические вопросы; АБ – собственно риторические вопросы; аБ – «ораторские» вопросы и вопросы автора, сопровождающиеся обычно ответом самого говорящего; Б -вопросительные предложения.

Центральное положение среди вопросов (АБ) занимают риторические вопросы. Эмоциональные риторические вопросы (Аб) находятся на периферии рит. вопроса и одновременно на периферии типичных повествовательных предложений. «ораторские» вопросы и вопросы с ответом автора, составляют периферию типичных вопросительных предложений (аБ), причем «ораторские» вопросы расположены ближе к собственно рит. вопросам, а «авторские» к типичным вопросительным предложениям (Б).

По своим структурно- семантическим особенностям эмоционально- отрицательные вопросы находятся ближе к центру риторических вопросов, поскольку им свойственна характерная для риторических вопросов внутренняя полемичность, указание на наличие возможного оппонента и несоответствие формы и содержания в плане выражения отношений утверждения- отрицания. Семантика эмоционально- утвердительных вопросов лишена внутренней полемичности, по своему грамматическому оформлению они соответствуют утвердительному смыслу.

Подводя итог вышеизложенному, мы можем сделать вывод, что риторические вопросы использовались ещё в античности Аристотелем, Цицероном, Периклом, уже тогда они имели четкое представление о сущности этого приема. Широко применяется риторический вопрос и в наши дни, не только в устной речи, но и в печати, в частности в рекламных текстах, поставлен, обычно в начале. За счет него читатель сразу попадает в ситуацию, вводится в курс дела, понимает, что будет рекламироваться далее, например: «Болит спина? Скрипят суставы? Пора задуматься!», «Весь город уснул, а вашему ребенку не до сна? Что же делать? Биологически активный фитокомплекс ‘‘Баю – бай‘‘». Спецификой печатного жанра обусловлен тот факт, что невозможность ответа делает обыкновенный вопрос риторическим, хотя в реальной ситуации адресат в праве дать на подобные вопросы отрицательный ответ. Так же риторические вопросы часто используются в заголовках статей и в лозунгах рекламы, но об этом во второй главе.

Глава 2. Функции риторического вопроса

В зависимости от намерения адресата, риторический вопрос выполняет следующие функции:

• манипулятивная функция

«Я вообще не понимаю: зачем над фильмом долго корпеть?»

(Конкурент, октябрь, №42)

«Когда найти повод лучше, чтобы взять кредит?»

(«Комок, октябрь, №41)

В данных случаях риторический вопрос настраивает адресата на определенные действия.

• создание комического эффекта

«Кто на свете всех милее, всех прекрасней и умнее? Риторический вопрос, если дуло смотрит в нос!»

(Конкурент, октябрь, №42)

В данном примере автор сознательно описывает с иронией недостатки, особенности персонажа.

«А чего меня бояться? Я ведь совсем не страшный? У нас же атмосфера на площадке совсем не похожа на ту, что обычно бывает»

(Телевизор, ноябрь, № 46)

В данном случае комический эффект достигается не только самим риторическим вопросом, но с помощью контекста

• создание драматического эффекта

«Нет детей? Нет мужа? Так вот почему она с головой ушла в работу! А что ей еще остается?»

(Комок, октябрь, №41)

Драматический эффект в данном примере достигается ”каскадом риторических вопросов”<А.П.Сковородников, Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник,2003,с.592-596>,также происходит его усиление с помощью риторического вопроса.

«Личная жизнь ни к черту, на работе – враги и завистники, подруга – предательница! Как так можно жить?»

(Телевизор, октябрь, №45)

Создание драматического эффекта происходит благодаря контексту, если его убрать, то можно предположить, что эффект не драматический, а трагический

• Выдвижение значимого, с точки зрения адресанта отрезка текста

« А знаешь, в чем преимущество кредита?»

(Комок, октябрь, № 41)

« Как в этом может ходить нормальный человек?»

(Конкурент, октябрь, № 42)

В обоих случаях риторический вопрос подготавливает читателя к наиболее важному в повествовании.

• Изобразительная функция

Обрисовка ситуации

«Наступила ночь. Весь город уснул. А вашему ребенку не до сна? Что же делать? Биологически активный фитокомплекс «Баю – бай»

(Конкурент, октябрь, № 42)

«Она не могла и коромысла с полными ведрами поднять, так в фильме пустые и носила, что это за Аксинья из француженки?!»

(Телевизор, ноябрь, № 46)

« А если именно в этот важный для тебя день ни муж, ни сват, ни все остальные не горят желанием бросать все свои важные дела и мчаться к тебе на встречу?»

(Комок, октябрь, № 41)

На данном примере мы наблюдаем конвергенцию риторического вопроса и перечисленного ряда, что позволяет читателю явно представить себе ситуацию.

• Выражение иронии, сарказма

« Как в этом может ходить нормальный человек?»

(Конкурент, октябрь, №42)

« А ты что, решила, что все произойдет само собой»

(Телевизор, сентябрь, №40)

• Характерологическая функция:

«И почему я такие таланты до сих пор не снимаю?»

(Телевизор, ноябрь, № 46)

« Как можно отказать такому хорошему специалисту?»

(Телевизор, ноябрь, № 46)

«Стоит ли удивляться затворническому образу жизни Киану Ривса?»

(Телевизор, ноябрь, №46)

Характеристика персонажа дается при помощи риторического вопроса и распространенным определениям.

• Эмотивная функция

«Что вы тут вообще себе позволяете? Неужели вы думаете, что я поддамся на ваши провокации, или чего доброго, позволю нарушить свои права?»

(Конкурент, октябрь, № 42)

В данном примере играют роль эмонационально-отрицательные риторические вопросы

• Экспрессивная функция

«Зачем так часто, буквально в каждом рекламном блоке, показывать рекламу фильма «остаться в живых»? Это же надоедает! Неужели от этого рейтинг сериала возрастет?»

(Комок, октябрь, №41)

Заставляет адресата задуматься.

•Усилительная функция, в большинстве случаев зависит от контекста.

«Зачем в Красноярске рекламировать средство от накипи? У нас вода – одна из лучших в стране, и призыв покупать такое средство – абсурд!»

(Телесемь, октябрь, №47)

«Обещали, что с первого июля рекламы станет меньше, а у меня ощущение, что ее, наоборот, больше стало. Как это понимать?»

(Телесемь, октябрь, №47)

«Этот ролик целыми днями крутят что ли? Само шоу смотрю с удовольствием, но анонсы раздражают»

(Телесемь, октябрь, № 47)

Во всех случаях риторические вопросы эмонационально окрашены.

• Выражение внутреннего состояния адресата

«И кому, какое дело, в каком состоянии я сегодня?!»

(Телевизор, ноябрь, №46)

Вопрос выражает эмоции адресата с помощью эмонационально - отрицательной конструкции, а так же сочетанием вопросительного и восклицательного знаков.

Практически все риторические вопросы эмоционально окрашены, что выделяет их из общего потока речи.

Риторический вопрос часто применяется в рекламных текстах. Читатель должен запомнить содержание рекламного текста. И здесь вступает в действие память – форма психологического отражения действительности, заключающаяся в закреплении, сохранении и последующем воспроизведении человеком своего опыта. Значит, в рекламном тексте должны быть какие- то словесные и логические стимулы, которые позволили бы прочно запомнить текст рекламы, чтобы в нужный момент вспомнить его и воспользоваться его предложением. Легко запомнить, например, такой текст:

« Весь город уснул. А вашему ребенку не до сна? Что же делать? Биологически активный фитокомплекс «Баю – бай»

Выделяются четыре функции воздействия рекламы: привлечь внимание потребителя, убедить его в необходимости воспользоваться призывом рекламы, заставить его запомнить основную мысль рекламы и прибегнуть к ее рекомендациям. Композиция рекламы, слово в рекламе, аргументы в пользу рекламируемого объекта, а так же некоторые другие вспомогательные элементы, например, рисунок или изображение товарного знака. Большую роль в восприятии и воздействии играет композиция рекламного текста. Можно установить некоторые общие закономерности построения рекламы. Это заголовок, вступление, содержание, заключение. Заголовок (рекламный лозунг) должен привлечь внимание к рекламе. Рекламный лозунг – ударная строка в композиции. Это не просто первая и тщательно отработанная фраза, а выражение, способное мгновенно восприниматься и запоминаться на долгое время без всякого усилия со стороны читателя. Рекламный лозунг выражает основную идею рекламы:

“У вас проблемы? У нас решение! Адрес…телефон…”, “ Наверное, вы не против сэкономить 10-15 % топлива? Телефон…”, “10-15 кг за один месяц. Хотите похудеть? Телефон…”

Практика выработала определенные требования к рекламному лозунгу: он должен привлечь внимание к рекламе; быть лаконичным; содержать мысль, связанную с темой рекламы, и сообщать, таким образом, минимальную информацию; содержать ударные слова, стимулирующие энергичные действия. Рекламное вступление поддерживает заголовок: он помогает понять выгоду, пользу, приемлемость предложения, обещает что- либо, сообщает нечто важное читателю. В содержании - основной части - говорится о достоинствах рекламируемого объекта, приводятся аргументы в его пользу. Заключение должно закрепить основную мысль, рассеять сомнения, которые могут возникнуть у читателя. В нем даются так же адреса и телефоны. Такова развернутая композиция рекламного текста. < Кохтев Н. Н. «Стилистика рекламы», 1991>

В выше изложенных примерах композиция состоит из двух частей: рекламного лозунга, который выражает весь смысл, и заключения, в котором назван телефон или адрес.

Итак, из этой главы следует, что риторический вопрос может выполнять совершенно разнообразные функции: монипулятивную; функцию создания комического эффекта; создание драматического эффект. выдвижение значимого, с точки зрения адресанта, отрезка текста; изобразительная функция; выражение иронии, сарказма; характерологическая функция; эмотивная функция; экспрессивная функция; усилительная функция; выражение внутреннего состояния адресанта. Риторические вопросы очень часто встречаются в газетных заголовках и рекламных лозунгах, там они выполняют кроме выше указанных функций, функцию определения темы для статьи или рекламы.

Глава 3. Конвергенция и контаминация

Эта глава посвящена конвергенции и контаминации в риторических вопросах, поэтому сначала дадим определения этим терминам.

Конвергенция (от лат. Convergo- приближаюсь, схожусь )- сближение или совпадение двух или более лингвистических сущностей. Понятие “конвергенция” имеет два аспекта - глоттогонический и структурно- диахронический. Глоттогоническая К. – возникновение у нескольких языков (как родственных, так и не родственных) общих структурных свойств вследствие достаточно длительных и интенсивных языковых контактов, а так же на базе общего для конвергирующих языков субстрата , в связи с чем различается контактная конвергенция и субстратная, причем оба вида могут совмещаться. Конвергенция охватывает либо отдельные фрагменты языковой системы (фонологическую систему или лексику), либо язык в целом.

Структурно- диахроническая К.- исторический процесс, приводящий к уменьшению разнообразия в системе языка вследствие исчезновения некоторых вариантных различий, например совпадение двух или более фонем: индоевр. \*а, о, е> индоиран. а. Это понятие в этом смысле было разработано в теории диахронической фонологии Е. Д. Поливановым (1928) и в иных терминах – Р. О. Якобсоном (1930). Существо фонологич. К. состоит в дефонологизации некоторого фонемного различия, т.е. в утрате тем или иным различительным признаком его дифференцирующей функции и превращении его в избыточный для данных конвергирующих фонем. («Энциклопедия стилистических терминов» ).

В данном случае нам интересна конвергенция как – способ взаимодействия стилистических фигур, при которых стилистические фигуры следуют друг за другом в узком контексте, при этом одно языковое средство усиливает действие другого.

Контаминация (от лат. Contaminatio- смешение) – объединение в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или тождества, функциональной или семантической близости. В результате происходит «обмен» компонентами таких единиц. Обычно контаминация наблюдается в сфере разговорной речи и является отступлением от литературной нормы. Наблюдается главным образом в сфере фразеологии. Обычно К. связана с так называемым смещением конструкции, характерным для разговорной речи, например «Последнее, на чем я остановлюсь, это на вопросе..» (норма: «это вопрос» ). Случаи, когда результаты К. приобретают нормативный характер, сравнительно редки в развитых литературных языках: напр., «смириться с чем»- результат смешения предложного управления в сочетаниях «смириться перед чем» и «примириться с чем». К. используется так же для образования нормативных композитов, образованных объединением разных частей двух слов: «бестер» < «белуга»+ «стерлядь».Но нам важно, что Контаминация- это способ взаимодействия стилистических фигур, когда одна фигура накладывается на другую возникает одна гибридная стилистическая фигура, или гибридный троп, в одной языковой единице совмещаются черты двух явлений.

Примеры Контаминации (на материале печатных СМИ):

• градация с амфиболией« Ну, хорошо, пусть это будет принц на белом коне. Или даже не принц … Но вдруг он станет для тебя тем самым преданным другом? Да пусть он будет и без коня.… И вообще, сколько можно быть одной?»

( Телесемь, ноябрь, № 48)

• антифразис и обманутое ожидание

« и этот герой бросил свою жену? Так ей и надо..»

( телевизор, ноябрь, №46)

• смешение стилей, градация и трансформация фразеологизма.

« господа, и что этот мрак с налогами, безработицей и высоченными ценами, называется пречастливейшим будущим? При таком раскладе я вынужден воздержаться»

(комок, ноябрь, №42)

• ирония и антитеза

« Можно ли в хх веке так же хорошо заморозить продукты, как 100.000.000 лет назад?»

( Телесемь, декабрь, №49)

• смешение стилей, порцеляция, эпитеты.

« кто на свете всех милее, всех прекрасней и умнее? Риторический вопрос, если дуло смотрит в нос»

( Конкурент, октябрь, № 42)

• градация, метафора

«Наступила ночь. Весь город уснул. А вашему ребенку не до сна? Что же делать? Биологически активный фитокомплекс «Баю – бай»

(Конкурент, октябрь, № 42)

Примеры конвергенции:

• градация с иронией

«Вы помните себя в шестнадцать? Правда, прекрасная пора? А помните свои тридцать? А шестьдесят? Что, уже не помните?»

( Телесемь, ноябрь, №48)

• катахреза

« почему молочные реки в кисельных берегах?»

( комок, ноябрь, №42)

• смешение стилей и ирония

« зададимся же вопросом, почему бог сначала создал мужчину, а потом женщину? Потому что и у бога должен быть черновик»

(Комок, ноябрь, № 42)

• катахреза, перечислительный ряд и фразеологизм.

« что ждет его за порогом детства? Кто, как не вы - любящие бабушки и дедушки, мамы и папы, позаботится о его счастливом будущем»

(телевизор, ноябрь, №46)

• фразеологизм, градация

«Личная жизнь ни к черту, на работе – враги и завистники, подруга – предательница! Как так можно жить?»

(Телевизор, октябрь, №45)

«Нет детей? Нет мужа? Так вот почему она с головой ушла в работу! А что ей еще остается?»

(Комок, октябрь, №41)

• градация, фразеологизм

« А если именно в этот важный для тебя день ни муж, ни сват, ни все остальные не горят желанием бросать все свои важные дела и мчаться к тебе на встречу?»

(Комок, октябрь, № 41)

Можно подвести итог вышеизложенному, в риторическом вопросе часто совмещаются такие различные худ. средства, как: эпитеты, метафора, фразеологизмы, амфиболия, порцеляция, трансформация фразеологизмов, антифразис, смешение стилей и наиболее часто употребляемы: градация, ирония, обманутое ожидание. В контаминации (способ взаимодействия) наиболее часто встречается сочетание градация с иронией и эпитетами. В конвергенции- смешение стилей, градация и фразеологизмы. Редко наблюдаем наличие катахрезы, порцеляции, амфиболии и антифразиса.

Заключение

В своем научном исследовании мы установили следующее:

• В лингвистической литературе риторический вопрос обычно рассматривается или как скрытое утверждение (отрицание), не требующее ответа, или как вопрос; некоторые исследователи видят в нем “внутренний” вопрос, часть логического вопроса. Изучив научные концепции, мы пришли к выводу, что более убедительным представляется рассмотрение риторического вопроса как утверждения (отрицания), отличающегося различными эмоционально- экспрессивными оттенками.

• конструкции риторического вопроса обладают разной степенью зависимости от макроконтекста (в основном предшествующего). В некоторых случаях это полная зависимость. В других случаях, кроме широкого контекста, играет значительную роль микроконтекст – лексическое наполнение самого вопросительного предложения: характерные для риторического вопроса вопросительные частицы ( разве, неужели и др.), вопросительные местоимения и местоименно – наречные слова (как, какой, где, когда), эмоционально- оценочная лексика.

• особенность риторического вопроса является то, что предложения, не имеющие в своем составе отрицательной частицы «не» , воспринимаются как отрицательные, и наоборот, предложения, имеющие в своем составе частицу «не», осознаются, как утвердительные.

• функциями, в которых риторический вопрос употреблялся в использованных нами для работы газетах, являются: монипулятивная, изобразительная, характерологическая, эмотивная, экспрессивная, усилительная функция, а так же функция создания комического, трагического эффектов, функция выдвижения значимого, с точки зрения адресата, отрезка текста и выражения его внутреннего состояния.

Таким образом, мы делали лингво–стилистическое описание риторического вопроса и характеристику его структурных типов, а также изучили его экспрессивные возможности на материале статей печатных СМИ.

Библиографический список

1. Валгина Н. С. Синтаксис современного русского языка/ Н. С. Валгина, издание 2- е. учебник для вузов. – М.: Высшая школа, 1978.- 439 с.
2. Солганик Г. Я. Стилистика текста: Учебное пособие / Г. Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 254с.
3. Кохтев Н. Н. Стилистика рекламы: учебн – метод пособие для студентов фак. и отд - ний журналистики гос. ун-тов/ Н. Н. Кохтев.- М.: изд-во М. ун-та., 1991 – 92 с.
4. Стешов А. В. Как победить в споре: о культуре Полемики/ А. В. Стешов. – Л.: Лениздат, 1991 – 191 с.
5. Стернин Н. А. Практическая риторика: учебное пособие для студ. высш. учебн. заведений. – М.: Академия, 2003 – 272 с.
6. Кожина М. Н. Стилистика русского языка : учебник для студентов пед. ин – тов по специальности “Русский язык и литература”.-2-е изд., перераб. и доп. – М. : Просвещение, 1983 – 223с.
7. Хазагеров Г. Г. Риторика / Г. Г, Хазагеров. – Ростов н/Д : Феникс, 2004 – 254с.
8. Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкенберг Ж. – М. и др. Общая риторика / Ж. Дюбуа, Ф. Эделин, Ж.-М. Клинкенберг. Пер. с фр. Е. Э. Разлоговой, Б. П. Нарумова; общ. ред. и вступ. ст. А. К. Авелигева – М. : Прогресс, 1986 – 391с.
9. Боровой Л. Я. Диалог, или “ Размена чувств и мыслей” /Л. Я. Боровой. – М.: Сов. Писатель, 1969 – 267с.
10. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов / Г. В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001 – 238с.
11. Основные понятия теории журналистики. Под ред. Засурского Я. Н. – м.: 1993 – 205с.
12. Смелкова З. С., Сальникова О. А., Савова М. Р., Ассуирова Л. В. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: Учебное пособие / З. С. Смелкова, О. А. Сальникова, М. Р. Савова, Л. В. Ассуирова. – М.: Флинта: Наука, 2002 – 318с.
13. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учебник для студентов вузов, обуч - ся по направлению журналистика / С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001 - 284с.
14. Калинин. Лексические единицы и организация структуры литературного текста / Калинин. Гос. ун-т: КГУ, 1983 – 182с.
15. Михальская А. К. Основы риторики : Мысль и слово : Учебное пособие для учащихся 10-11 кл / А. К. Михальская. – М.: Просвещение,1996 – 416с.
16. Береговская Э. М. Занятная риторика / Э. М. Береговская , Ж.-М. Верже – М.: Языки русской культуры, 2000 – 152с.
17. Риторика и стиль : сб. ст. / МГУ им. М. В. Ломоносова. Филол. Фак; под ред. Ю. В. Рождественского .- М. : из – во МГУ, 1984 – 136с.
18. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика./ Аристотель – М.: Лабиринт,!998 – 567с.
19. Сковородников А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литер. Языка/ А. П. Сковородников. – Томск: изд – во Томского ун-та, !981
20. Сковородников А. П. , Копнина Г. А. Об определении понятия «риторический прием» / А. П. Сковородников, Г. А. Копнина // Филологические науки, 2000, №2, с.75-80
21. Солганик Г. Я. Публицистика как искусство слова. Поэтика публицистики/ Г. Я. Солганик. – М.:МГУ,1990
22. Калинина А. А. Риторический вопрос среди различных типов предложений // Русский язык в школе. 1986. №4. –с.97-101.
23. Бердник Л. Ф. Риторический вопрос как экспрессивное средство / Л. Ф. Бердник// Риторика и синтаксические структуры. Тезисы Краевой научно - практич. Конференции 1-3 февр. 1988г.- Красноярск,1989,с.96-98
24. Шердакова Л. Н. Риторический вопрос в языке произведений Ленина/ Л. Н. Шердакова// Русский язык в Школе. №2. – Сю 83-86.

СЛОВАРИ И СПРАВОЧНИКИ

1. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь – справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1985 – 399с
2. Хазагеров Т. Г. , Ширина Л. С. Общая риторика: Курс лекций; Словарь риторических приемов / Т. Г. Хазагеров, Л. С. Ширина. – Ростов н/Д., 1999 – 320с.
3. Краткий словарь литературоведческих терминов, под ред. Л. Н. Тимофеева, С. В. Тураева. – М.: Просвещение, 1978.
4. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов  
    О. С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1969 – 608с.
5. Краткий словарь лингвистических терминов/ред. Л. И. Тимофеев,С. В. Тураев. – М.: Просвещение, 1978.
6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Наука, 1972.