

О МЕДИАРИТОРИКЕ КАК ЧАСТНОЙ РИТОРИКЕ ЯЗЫКА СМИ

Современная гуманитарная наука все больше становится единым целым, единым механизмом междисциплинарности. В этом контексте возрождение некогда забытой и отвергнутой риторики видится нам как вполне закономерное явление в гуманитарной области знания. Лингвистические дисциплины, некогда вышедшие из риторики, привнесли в нее багаж новой терминологии, нового понимания процессов, происходящих в языке и в речи, новых задач, которые прежде риторика перед собой не ставила.

Специфика возрожденной и обновленной риторики заключается в том, что она перешла из разряда «технических» дисциплин в разряд дисциплин эпистемического толка и рассматривается сегодня как лингвофилософская наука. Риторика XX-XXI вв. является отраслью сущностного знания о «коммуникативной природе культуры в целом» (В. И. Тюпа), о всеобщих механизмах текстопорождения, смыслообразования и взаимопонимания. Эта обновленная риторика, суммируя достижения семиотики и лингвистики, герменевтики и эстетики, психологии и теории коммуникации XX столетия все ощутимее приобретает фундаментальное методологическое значение для всего комплекса гуманитарных научных дисциплин.

Возрождение риторики в XX веке связано с бурным развитием на Западе и Востоке теории информации. Гуманитарные науки, к которым применялась исключительно математическая логика, стали испытывать острую необходимость в филологическом подходе. Но ни одна из обособленных филологических областей не была способна взять на себя роль *обобщающего теоретического знания*. Риторика, в частности, была скомпрометирована тем, что рассматривалась лишь как теория создания устных речей. Филология же большей частью обращалась к исследованию письменных текстов. Однако в середине XX века ученые-гуманитарии взглянули на положение вещей иначе. «Риторика воспринималась с начала XX века как устаревшая система средств речевого воздействия, которые ни

на кого не воздействуют. Однако когда с этой забытой дисциплины стряхнули пыль веков и присмотрелись к ее классическому облику, выяснилось, что он внушает надежды и уважение: настолько актуальной, глубоко и тонко разработанной оказалась система риторических понятий» [Михальская: 32].

Обращение взоров ученых-лингвистов к традиционной риторике в середине XX века было также спровоцировано некой разрозненностью, сегментированностью и даже имманентностью лингвистических парадигм того времени. При этом полипарадигмальность языкознания характеризовалась стремлением к доминированию того или иного подхода в изучении языка [См. об этом: Парадигмы...]. Выделенные в работах таких ученых, как Ч. С. Пирс, Ч. У. Моррис и др., три основных семиотических парадигмы языка (семантика, синтактика, прагматика) поочередно выдвигались на первый план и становились основными векторами лингвистических исследований в тот или иной исторический период. Вместе «философия имени» (семантика), «философия предиката» (синтактика), «философия эгоцентрических слов» (прагматическая парадигма с «я» в центре внимания) – это некая более или менее законченная логическая система, в которой каждое из этих трех направлений рассматривает один из объективных параметров языка как главенствующий, или доминирующий [См. об этом: Степанов].

Сегодня «мода» на ту или иную парадигму языкознания вытесняется отказом от исключительности того или иного метода. Синергетика *функциональной, коммуникативной, когнитивной, текстоцентрической, прагматической, эмотиологической* и других концепций обеспечивает формирование в науке сферического, т. е. объемного, целостного представления о языке и языковой деятельности человека. Этот синтез различных подходов вырос в том числе и на возвращении в научный контекст идей и методов «реабилитированной» античной риторики. Так, П. Серио в работе «В поисках четвертой парадигмы» указывает на риторику как

на источник, который питает антропоцентричность современного языкознания, и видит в аристотелевской триаде «говорящий – предмет речи – слушающий» основу новой (антропоцентричной) «четвертой парадигмы» [Серио : 16]. «Система мышления, “стиль мышления” неразрывно связаны с *риторическими кодами* (курсив наш. – И. А.), собственно и являющимися сигналами этой системы», - писала Э. Р. Лассан [Лассан: 457].

Основной предмет общей риторики – *коммуникативные стратегии культуры*, представляющие собой текстопорождающие и смыслообразующие конфигурации субъекта, объекта и адресата в рамках научного, художественного, педагогического, религиозного, публицистического (и – шире – медиадискурса) и других типов дискурса, трактуемых как «коммуникативные события». Современная риторика, по определению одного из ее основателей А. Ричардса, представляет собой «изучение недопонимания между людьми и поиск средств к устранению потерь в процессе коммуникации». Она выявляет глубинные механизмы тех коммуникативных процессов, которые в совокупности и составляют живую речь человеческой *культуры*.

Обновленная риторика (неориторика) выступает в качестве упорядочивающего фактора процесса коммуникации, берет на себя (по Р. О. Якобсону) основную – трансцендентную – функцию языка, что позволяет изучать проявления риторического в любом типе вербальной коммуникации, а при семиотическом подходе – и в невербальных коммуникативных системах [Гиндин: 358]. Обновленная риторика (неориторика) акцентирует в своей структуре *аксиологическую доминанту*, что делает ее принципиально отличной от других лингвистических дисциплин и позволяет ввести ценностно-оценочный модус в осмысление того или иного типа дискурса. Современная обновленная риторика учит оценивать речь, тем самым вооружая современного человека против опасности словесного манипулирования, которое пронизывает современный информационно-

речевой мир. То есть современная неориторика может быть предложена в качестве антиманипуляционного методологического механизма.

Сегодня риторика – это уже не техническая дисциплина, не руководство по созданию текстов того или иного жанра, хотя, конечно, такая составляющая риторики продолжает жить в практической области ее применения. Риторика сегодня – это когерентная наука, своеобразный когерентный луч филологических дисциплин (стилистики, когнитивистики, прагматики, психолингвистики, лингвистики, лингвокультурологии). И при этом, обладая в своей структуре очень важной аксиологической компонентой, она выступает как некое мировоззрение. Основы мировоззренческой направленности риторики связаны с тем, что она подчиняет речевое поведение вербально осознанной цели, а его правила и нормы – идеалу. То есть современная риторика, или неориторика – это, как принято сегодня говорить, мультилингвистическая, или точнее – полигуманитарная наука: она объединяет в себе не только собственно лингвистические дисциплины и методики, но и общегуманитарные (философию, социологию, политологию и др.).

Такая полидисциплинарность современной неориторики, вполне возможно, позволит ей в дальнейшем вернуть себе институциональный статус, и из рефлексии собственно научной вновь перейти к рефлексии общественной, способной придавать обществу высокий культурный статус.

Полигуманитарность современной неориторики оказывается «спасительной» при анализе такого сложного и неоднозначного явления нашей жизни, как ментально-дискурсивная деятельность современных средств массовой информации и коммуникации.

Одним из главных источников ментально-поведенческих сдвигов и культурных разломов, которые происходят в современной жизни общества в последние 20-25 лет, стала деятельность технически стремительно развивающихся СМИ. На сегодняшний день это наиболее действенный институт по формированию мнений у массового адресата. Авторитет

современного медиадискурса настолько высок, что все события, становящиеся его фактами, приобретают статус безусловных, реальных, объективных и таким образом входят в картину мира, которую современные СМИ активно конструируют и предлагают массовому адресату. Безусловность и объективность этой картины мира заключается также и в том, что она позиционируется СМИ как единственно возможная. Культурно-интеллектуальное и физическое доминирование средств массовой информации в современном мире делает их и тот дискурс, в рамках которого они существуют, *культурообразующим фактором* в жизни людей новейшего времени.

Стратегически значимая и достаточно эффективная политика средств массовой информации – конструирование собственной картины мира (медиакартин мира) – должна быть осмыслена в полигуманитарных координатах. Полноценное и качественное научное исследование медиакартин мира возможно при следующих условиях: 1) при рассмотрении ее как синкретичного единства плана выражения (языковых репрезентантов) и плана содержания (системы культурно обусловленных концептуально-аксиологических референтов); 2) при соотношении языковых стратегий репрезентации картины мира с культурно-прагматическим контекстом познания действительности. Неориторическая методология оказывается в этой культурологической ситуации актуальной как никогда. Риторическое осмысление бытия и его форм (в первую очередь дискурсивных), зиждущееся на аксиологической доминанте этой лингвофилософской науки, может стать достаточным основанием для декодирования механизмов в создании *медиакартин мира как картины квазиреальности*.

Риторичность медиадискурса с точки зрения его принадлежности к дискурсу прозаического типа с персуазивно-перлокутивным эффектом воздействия на адресата также «голосует» за осмысление этого дискурса в аспекте неориторики. А специфика дискурсивной деятельности СМИ,

направленной не на единичного или коллективного адресата, а на массового, заставляет исследователя формировать научный неориторический тезаурус, характеризующий непосредственно медиадискурс, и, следовательно, выделять из современных неориторических направлений собственно **медиаариторику** – частную риторику языка СМИ.

Медиаариторика, создавая новый категориальный аппарат на основе терминологии классической и расширяя его за счет наработок обновленной риторики, моделирует структуру медиадискурса и той медиакартины мира, которая в нем представлена, в соответствии с движением вектора медиадискурсивной деятельности: предмет речи (реальное событие) – адресант – речевое событие (речевой поступок) – дискурсивный факт – картина мира (медиакартина мира) – адресат (массовый). Эта модель – неориторическая модель медиакартины мира и, следовательно, медиадискурса – включает в себя базовые понятия еще классической риторики – *этос*, *логос* и *пафос*. И все они в этой модели служат для понимания того, какова их функция в медиадискурсе с точки зрения адресата. То есть они нацелены на выявление праксиологической составляющей дискурсивной деятельности СМИ.

Медиаариторический этос, персонифицированный в *риторической позиции* адресанта медиадискурса (в первую очередь – журналиста), *медиаариторический пафос*, сосредоточенный в *риторической модальности медиатекста* и в *риторической гипермодальности медиадискурса*, *медиаариторический логос*, заставляющий интерпретационные стратегии СМИ работать как *аргументационную систему* в формировании медиакартины мира, – все они неразрывно связаны между собой и составляют элементы единой неориторической (и конкретнее – медиаариторической) модели современного медиадискурса, в котором фокусируется и с помощью которого создается медиакартина мира.

Структура, как считают современные философы, – это главное понятие гуманитарного познания XX–XXI-го вв., это способ организации любого

гуманитарного материала. **Медиариторика** – это своеобразная «открытая структура» (Н. С. Автономова), т. е. незамкнутая, не predetermined, разомкнутая. Ее открытость заключается также и в том, что она открывается нам в предмете или, по крайней мере, соотносится с тем, что имеет отношение к предмету, а не является лишь порождением фантазии исследователя.

Круг задач, стоящих перед **медиариторикой** как частной риторикой языка СМИ, достаточно широк. Здесь можно назвать такие аспекты исследований, как 1) детальная разработка типологии риторической позиции адресанта (медиариторического этоса) в современной медиадискурсивной деятельности; 2) разработка типологии риторической модальности в медиатекстах различных жанров; 3) разработка словаря национальных топосов, интенсивная многозначная интерпретация которых в современном медиадискурсе ведет к трансформации традиционной ценностной парадигмы в сознании массового адресата; 4) изучение в медиариторическом аспекте феномена корпоративных СМИ; 5) изучение корпоративной языковой политики различных СМИ как разновидности риторической позиции в эпоху стремления к деперсонализации журналиста и размыванию его имени за именем самого издания (канала).

Исследование сетевых медиаструктур в аспекте **медиариторики** – еще одно перспективное направление неориторических изысканий. Интернет сегодня наиболее активный и, как это ни парадоксально, наиболее авторитетный для массовой аудитории модератор между собственно бытием (событиями) и этой аудиторией (массовым адресатом). Более того, последние годы продемонстрировали уникальные возможности Интернета в управлении массовым сознанием для достижения тех или иных политических целей. Данный авторитет интернет-медиа зиждется на убеждении, что интернет-пространство бесцензурно и свободно для выражения множественности мнений и точек зрения. Это, конечно, очередная иллюзия, которая может быть диагностирована в том числе и с помощью неориторической

методологии. Конечно, исследование языка Интернета в медиариторических координатах представляет собою определенные трудности. Это связано, во-первых, со своеобразной «неоднородностью» интернет-журналистики, а точнее – интернет-медиа (от интернет-версий печатных и электронных СМИ до блогов журналистов с большой долей нежурналистских комментариев), и, во-вторых, – с неоднородностью собственно языкового материала современного интернет-пространства. Однако такого рода трудности всегда лишь стимулируют научный поиск новых путей филологического осмысления нефилологического бытия.

Это, конечно, не полный список тех вопросов, на которые может и должна дать ответы **медиариторика**. Но именно они наиболее четко просматриваются в связи с дискурсивной деятельностью современных СМИ, а также в связи с перспективами гуманитарных исследований отечественной и зарубежной науки.

Литература

Автономова Н.С. Открытая структура: Якобсон – Бахтин – Лотман – Гаспаров. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009. – 503 с. (Российские Пропилеи).

Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке: Учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 416 с.

Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. – М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – 392 с.

Гиндин С. И. Риторика и проблемы структуры текста // *Дюбуа Ж., Пир Ф., Тринон А. и др.* Общая риторика: Пер с фр. / Общ. ред. и вступ. ст. А. К. Авеличева. – М.: Прогресс, 1986. – С. 355- 366.

Лассан Э. В поисках границы парадигмы текстов (от «парадигмы текстов» к «дискурсивной формации») // Принципы и методы исследования в филологии:

Конец XX века. Сборник статей научно-метод. Семинара «ТЕХТУС». – Вып. 6 / Под ред. докт. филол. наук, проф. К. Э. Штайн. – СПб - Ставрополь: Изд-во СГУ, 2001. – С. 453-457.

Михальская А. К. Основы риторики. 10-11 кл.: Учебник для общеобразоват. учреждений. – 2-е изд., с измен. – М.: Дрофа, 2001. – 496 с.

Парадигмы научного знания в современной лингвистике. Сб. науч. Трудов / Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отдел языкознания / Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. (отв. ред.) и др. – М.: ИНИОН РАН, 2008. – 164 с.

Ричардс А. А. Философия риторики // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 44-67.

Серно П. В поисках четвертой парадигмы // Философия языка в границах и вне границ. – Харьков: Око 1993.

Степанов Ю. С. В трехмерном пространстве языка: Семантические проблемы лингвистики, философии, искусства. – М: АН СССР, Ин-т языкознания, 1985. – 335 с.

Тюпа В. И. Дискурсные формации: очерки по компаративной риторике. – М.: Языки славянской культуры, 2010. – 320 с. (Коммуникативные стратегии культуры).

Тюпа В. И. Общая риторика. Программа курса для специальностей 021700 – филология, 520800 – история. Кафедра теоретической и исторической поэтики РГГУ // URL: [http:// kaftip.narod.ru/RITORIKA.html](http://kaftip.narod.ru/RITORIKA.html)