

А. М. ЕРОХИНА¹

РОЛЬ И МЕСТО РИТОРИЧЕСКОЙ ПОЭТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКОЗНАНИИ

В статье с исторической точки зрения рассматриваются приоритетные направления научных исследований в одном из новейших разделов современной филологической науки. Приводится обоснование, в рамках дисциплины, изучения языковых средств воздействия на адресата как преобладающего компонента в структуре «риторической поэтики».

Ключевые слова: риторика, нериторика, риторическая поэтика, публичный дискурс, художественный текст, языковые средства воздействия, текстовые единицы, подтекстовая единица «лексия».

Риторическая поэтика является одним из новейших направлений в лингвистике. Но её роль и место в языкознании до настоящего времени вызвали множество споров и сомнений.

Сам термин «риторическая поэтика» свидетельствует о слиянии в единое целое двух компонентов: риторики и поэтики, которое, в общем виде, можно охарактеризовать как «поэтику воздействующего образа».

В современном языкознании «риторическая поэтика» является особой областью риторики, которая изучает: 1) систему текстовых и текстообразующих средств воздействия на читательское восприятие; 2) методы и способы языкового воплощения означаемого с точно заданной прагматической установкой риторического воздействия (прагматической установкой мы называем, в соответствии с определением Е. В. Антюфеевой, «материализованное в тексте конкретное намерение автора оказать соответствующее воздействие на адресата» [Антюфеева, 212]).

Представляется, что предмет риторической поэтики следует определять как синтез риторики и языкознания, в котором на первое место выдвигаются исследования языковых средств и способов воздействия на адресата.

Подобное определение неслучайно и обусловлено всей историей развития риторики как науки, которое происходило на протяжении всего периода становления европейской культуры.

¹ Анна Михайловна Ерохина — соискатель кафедры русского языка и стилистики, ФБГОУ ВО «Литературный институт имени А.М. Горького» (Москва, Российская Федерация); anna.valery38@mail.ru

С точки зрения глобального обобщения весь комплекс риторических объектов мы условно можем подразделить на «форму», «содержание» и «материал».

Так, элементы внешнего оформления речи (например, структурные единицы композиции: «вступление, изложение, заключение», или детали динамического развития сюжета: «завязка, кульминация, развязка» и т.п.) соотносятся с понятием «формы». Фактологическое и смысловое наполнение влиятельной речи (доводы, аргументы, примеры) являются её «содержанием». А элементы неявного смыслопорождения (скрытый смысл в значении слов, синтаксических и текстовых единиц) представляются более глубоким уровнем «содержания» — это риторический «материал».

Подобная классификация имеет свои аналоги и является в определённой степени универсальной для многих областей человеческой культуры.

Если применить данный способ классификации, например, к объектам архитектуры, то «форма» — это внешние очертания зданий и сооружений, «содержание» — внутренние элементы (в том числе расположение и назначение помещений в зданиях, декоративные и пр. элементы в конструкциях и т.п.) и «материал» — то, из чего сделан архитектурный объект: мрамор, кирпич, бетон, стекло, дерево и т.д.

В музыке подобная классификация может быть реализована следующим образом: «форма» — структура музыкальной композиции (сонатная, полифония, рондо, куплеты и т.д.); «содержание» — смысл и факт музыки, то есть мелодия и гармония; «материалом» можно считать качество звука, или тембр (определённый инструмент, вид оркестра, голос и т.п.).

В различных источниках можно встретить разные виды периодизации истории риторики, производимые по разным основаниям. Но для определения роли и места риторической поэтики в современной науке практически во всех источниках по истории риторики [Михальская 1993; Безменова; Ивин; Хандархаева] обобщённо можно выделить три основных периода: античный, средневековый и современный (неориторика).

Глобальное различие этих периодов заключаются как в расстановке приоритетов анализа, так и в выборе объектов исследования.

Весь период античной классики в целом отражает поиски не только внешних структурообразующих принципов воздействующей речи, но и некоторых внутренних (семантических, содержательных, т.е. относящихся к разделу науки о языке) аспектов этого воздействия. То есть в античной риторике, помимо внешних принципов организации влиятельной речи (форма речи), значительное место уделялось имплицитным факторам воздействующей речи (содержанию речи).

Этическая составляющая (уместность речи, содержание речей в их отношении к социуму — в современной терминологии этос, логическая составляющая (логос), эмоциональная составляющая (соответствие речи мнениям и настроениям аудитории — пафос) [Волков], являются основными вопросами, рассматриваемыми в «Риторике» Аристотеля [Аристотель].

В противоположность этому, в средневековой риторике основной акцент в исследованиях перемещается на формальные средства и способы построения речи, с минимальным освещением содержательной стороны. Это связано с социально-обусловленными факторами исторического развития общества.

Так, если риторика античного типа характеризуется в исследованиях В. П. Москвина как «*критический анализ убеждающей речи*», то, в противоположность этому, предметом риторики средневекового типа (в связи с историко-социологическими изменениями в обществе) становится «*информирующая речь*» [Москвин, 41–42].

Современный период характеризуется особым подходом к риторическим исследованиям, а именно: возвращением внимания исследователей к внутренним факторам речи, к поиску и выявлению способов воздействия на адресата на уровне языковых знаков (в широком смысле: начиная от слова и заканчивая текстом как единым информационным сообщением).

В настоящее время исследования в области риторики можно, с одной стороны, назвать возрождением античных подходов к изучению способов воздействия, поскольку акцент исследований с формально-структурной организации речи вновь переходит к способам и средствам убеждения адресата, но, с другой стороны, следует отметить, что современное состояние риторики характеризуется углублённым вниманием к уровню языковых и текстовых единиц воздействующего дискурса и, таким образом, смещает направление исследований в сторону науки о языке как науки о способах убеждения, опирающейся на материал языка и смысла.

В монографии А. А. Ворожбитовой «Теория текста» неориторика определяется как дисциплина, которая «... изучает способы построения художественно выразительной речи на основе теории коммуникации», и далее как «... “вторичная грамматика”, организующая языковую коммуникативную систему» [Ворожбитова, 109–110].

Начавшееся в середине XX века возрождение риторики обратилось в первую очередь к выявлению таких воздействующих механизмов речи как смыслопорождение и смысловосприятие. Например, в исследованиях французских постструктуралистов (в частности, в «Общей риторике» группы «μ»: Ж. Дюбуа, Ф. Пир, А. Тринон) [Дюбуа и др.] рассматриваются способы образования новых значений в метаболизме (преобразовании) отдельных слов и синтаксических конструкций (имеется в виду образование поэтических, метафорических и т.д. значений текстовых единиц). В работах Р. Барта исследуются структуры смыслопорождения современных мифов и языковых (речевых) принципов создания мифологических структур [Барт 2014; Барт 2008]. В более поздних его работах, в частности в исследовании «S/Z», он описывает глубинные структуры смыслопорождения текстовых образований (единицы скрытого, имплицитного значения лексики, единицы структуры художественного текста — коды) [Барт 2001].

В исследованиях русских филологов риторика обрела более глубокое понимание языковых механизмов воздействия на адресата с помощью категорий этоса, логоса и пафоса, которые подробно охарактеризованы в работах Ю. В. Рождественского [Рождественский] и А. А. Волкова [Волков], и представляют собой влияние заданных параметров текста на выбор конкретного языкового материала, то есть соответствия всех языковых единиц (на всех уровнях текста: от одного слова до надтекстового значения) требованиям речи со стороны логики и социальных установок.

Механизмы и формы риторико-поэтического воздействия на уровне текстовых единиц (слова-лексемы, образ, имидж, бренд, миф как нарратив-

ная структура) подробно разработаны в исследованиях А. К. Михальской [Михальская 2013].

Следует отметить, что в исследованиях А. К. Михальской единицы риторической поэтики рассмотрены в контексте воздействующего публичного дискурса.

Художественный текст в этом плане обладает рядом специфических особенностей, которые позволяют говорить о присутствии в риторической поэтике художественных текстов особых языковых единиц, а именно единиц подтекста — лексий.

Отличительных специфических особенностей в художественном тексте, на наш взгляд, имеется как минимум две: 1) степень осознанности автором текста своих риторических целей, которая в теории художественного текста соответствует понятию «образ автора», и 2) наличие ситуативного и (или) визуального контекста высказывания, в филологической теории соответствующего понятию «пресуппозиции», наиболее подходящее для целей данной статьи определение которой предлагает А. А. Ветошкин в своей работе «Подтекст как выразительное средство языка»: *«Пресуппозиция — это отражённое в тексте (речи) предположение говорящего об осведомлённости слушающего, необходимой для требуемого говорящим понимание его высказывания»* [Ветошкин].

В сравнении с художественными текстами, в публичных дискурсах присутствие вышеназванных особенностей определяется в значительно более высокой степени. Так, например, в политических и манипулирующих (реклама, СМИ) дискурсах авторы априори осознают прагматическую цель своих речевых построений. То есть вначале автору необходимо осмыслить «задание» текста, определить направления воздействия и «уязвимые места» потребителей, а затем на этой основе сформировать соответствующий рекламный (или информационный) текст. Эти особенности отмечены практически во всех учебниках по копирайту и созданию рекламных продуктов, в частности в учебнике А. А. Романова, Г. А. Васильева и В. А. Полякова «Разработка рекламного продукта» [Романов и др.].

В то же время наличие ситуативного (в политическом дискурсе) и визуализированного (реклама, СМИ) контекста, то есть пресуппозиции, является весьма существенной составляющей данных типов дискурса. Причём ситуативный и визуальный контекст являются внешними по отношению к текстам и соотносятся с текстами синкретическим способом. Так, например, в политических текстах многие факты, предшествующие дискурсу, являются заведомо известными публике. В рекламе соответствие рекламного изображения (картинки) рассчитано, прежде всего, на синкретизм направленного воздействия на потребителя (эта особенность подчёркнута в статье Е. В. Антюфеевой «Прагматическая установка в рекламной коммуникации»: *«Эффективность рекламного сообщения во многом определяется характером взаимодействия вербальной и невербальной составляющих»* [Антюфеева], а также в монографии Х. Кафтанджиева «Семиотика абсолюта» [Кафтанджиев], в которой описывается классификация и единство восприятия иконических, семиотических и семантических знаков).

Несколько по-иному строится риторическое воздействие художественного текста. В том, что такое воздействие в художественном тексте присутствует,

сомневаться не приходится. Это явление отмечено в работах Ю. Ф. Самарина (*автор «действует на всего человека, на способность его понимать и чувствовать»*) [Самарин; цит. по: Михальская 2013, 244–246] и Ю. М. Лотмана (*«Отношение текста к различным метакультурным структурам образует семантическую игру, которая является условием риторической организации текста»*) [Лотман].

Можно предположить, что риторическая составляющая художественного текста отличается от риторики публичного дискурса тем, что, во-первых, автор не в полной мере осознаёт свои риторические цели (исключение — авторы текстов массовой литературы, в которых основная риторическая направленность текста связана с внешней прагматической направленностью и обусловлена стимулированием спроса на товар, что к содержательной части имеет весьма опосредованное отношение), т.е. риторика художественного текста представляется более скрытной, имплицитной по сравнению с другими видами дискурсов; и во-вторых, в художественном тексте, как правило (как некоторое исключение — вторые и последующие части и продолжения текстов) отсутствует ситуативный контекст, а визуализация осуществляется средствами самого текста с помощью языка как вторичной моделирующей системы. Таким образом, к приведённой в исследованиях А. К. Михальской классификации единиц риторической поэтики можно добавить имплицитные средства, присущие семиотике художественного текста, а именно: 1) единицу подтекста лексику, как определённого рода языковую единицу, которая содержит в своей семантике один из основных компонентов риторического воздействия в художественном тексте [Ерохина], 2) бартовские коды, как способ категоризации подтекстовой информации, содержащейся в художественном тексте [см.: Барт 2001].

Со стороны эпистемологии наук о языке следует отметить, что в последнее время исследования в этой области связаны, в том числе, с семиологическим и когнитивным направлениями, которые рассматривают способы когнитивного восприятия информации, переданной с помощью специфического языкового кода, или, другими словами, передачи информации в форме языковых (в широком смысле) знаков, в том числе на уровне текста или дискурса. В этой области можно отметить исследования Д. Остина [Остин], Дж. Лакоффа [Лакофф], А. А. Брудного [Брудный], В. А. Пищальниковой [Пищальникова].

Кроме того, многие исследователи подчёркивают актуальность современного направления развития риторики. Так, например, в работе М. Н. Перельгут «Имплицитные эмоционально-оценочные значения, контекст и коммуникативная компетенция» отмечается, что *«на современном этапе развития лингвистической науки проблема соотношения семантики и прагматики стала одной из центральных»* [Перельгут, 28].

Таким образом, в соответствии с высказыванием В. А. Звегинцева о том, что *«значение является центральным понятием для языка, и языковым можно признать лишь то, что тем или иным образом связано со значением»* [Звегинцев, 76], современное положение риторической поэтики можно охарактеризовать словами, приведёнными в работе А. А. Ивина, как *«раздел лингвистики, изучающий интенциональную, направленную на слушателя речь»* [Ивин]. Следуя приведённому определению, мы можем сделать вывод о том, что роль риторической поэтики в языкознании заключается в выявле-

нии прагматического воздействия языковых знаков и текстовых единиц на восприятие адресата.

Резюмируя, следует отметить, что семиотический механизм «риторической поэтики» является одним из наиболее действенных риторических способов убеждения. В свою очередь, многие новейшие достижения современных исследователей (напр.: А. К. Михальская «Сравнительно-историческая риторика» [Михальская 2013], а также дисс. О. Ю. Ткаченко [Ткаченко]) в понимании механизма целенаправленного (риторического) воздействия на восприятие адресата являются результатом появления риторической поэтики как раздела науки о языке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Антюфеева Е. В.* Прагматическая установка в рекламной коммуникации // Коммуникативистика в современном мире: эффективность и оптимизация речевого взаимодействия в социуме: Сборник. Материалы третьей международной конференции (Барнаул, 24–25 апреля 2012 г.). Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2012. 327 с.
2. *Аристотель.* Риторика. М.: Изд. МГУ, 1978. 352 с.
3. *Барт Р.* Мифологии / Пер. с фр. С. Зенкина. М.: Академический проект, 2014. 351 с.
4. *Барт Р.* Нулевая степень письма. М.: Академический проект, 2008. 431 с.
5. *Барт Ролан.* S/Z / Пер. с фр. Г. К. Косикова. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 232 с.
6. *Безменова Н. А.* О предмете «история риторики // Неориторика: генезис, проблемы, перспективы: Сборник. М.: ИНИОН, 1987. 213 с.
7. *Брудный А. А.* О сознании и тексте // Мысль и текст: Сборник научных трудов. Фрунзе: КГУ, 1988. 108 с.
8. *Ветошкин А. А.* Подтекст как выразительное средство языка. Дисс. кандидата филологич. наук. Саранск, 1999.
9. *Волков А. А.* Основы риторики: учебн. пособие для студентов. М.: Академический проект, 2003. 301 с.
10. *Ворожбитова А. А.* Теория текста: антропоцентрическое направление. М.: Высшая школа, 2005. 367 с.
11. *Дюбуа Ж., Пир Ф., Тринон А. и др.* Общая риторика. М.: Прогресс, 1986. 392 с., ил.
12. *Ерохина А. М.* Лексия — текстовая единица риторической поэтики // Историческая и социально-образовательная мысль. Краснодар. Т. 7. № 6. Ч. 1. С. 281–287.
13. *Звегинцев В. А.* Предложение и его отношение к языку и речи. М.: КомКнига, 2007. 312 с.
14. *Ивин А. А.* Риторика: искусство убеждать: Учебное пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. 304 с.
15. *Кафтанджиев Х.* Семиотика абсолюта. М.: РИП-холдинг, 2006. 354 с.
16. *Лакофф Джордж.* Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Языки славянской культуры, 2004. 792 с.
17. *Лотман Ю. М.* Об искусстве. СПб.: Искусство—СПб., 1998. 704 с.
18. *Михальская А. К.* Сравнительно-историческая риторика: Учебное пособие. М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2013. 320 с.
19. *Михальская А. К.* Теоретические основы педагогической риторики. Дисс. доктора педагогических наук. М., 1993.
20. *Москвин В. П.* Риторика и коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2014. 227 с.

21. *Остин Джон*. Избранное / Перевод с англ. Макеевой Л. Б., Руднева В. П. М.: Идея-Пресс, 1999. 332 с.
22. *Перельгут Н. М.* ИмPLICITные эмоционально-оценочные значения, контекст и коммуникативная компетенция. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. пед. ин-та, 2005. 101 с.
23. *Пицальникова В. А.* Психопэтика: Монография. Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 1999. 176 с.
24. *Рождественский Ю. В.* Принципы современной риторики. М.: Флинта, Наука, 2005. 176 с.
25. *Романов А. А., Васильев Г. А., Поляков В. А.* Разработка рекламного продукта. М.: ИНФРА, 2012. 256 с.
26. *Самарин Ю. Ф.* Стефан Яворский и Феофан Прокопович. Избранные произведения. М., 1996.
27. *Ткаченко О. Ю.* Лексико-семантическое поле моральной оценки и этическая структура художественного мира Ф. М. Достоевского (к проблеме творческой эволюции). Дисс. канд. филологических наук. М., 2011.
28. *Хандархаева И. Ю.* Риторика: Учебн.-метод. пособие. Улан-Удэ: Изд-во Бурятского государственного университета, 2014. 100 с.