

Елена Скороходова

*Российский государственный социальный университет*

### РЕАЛИЗАЦИЯ РИТОРИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Многообразие современных средств массовой информации (визуальных, аудиальных, аудио-визуальных), функциональная разноплановость публикаций и передач, широкое использование различных средств выразительности - все это дает возможность говорить о языке средств массовой информации как о самостоятельной, бурно развивающейся структуре, могущей служить объектом и описания, и анализа. В настоящее время язык СМИ стал наиболее ярким выразителем тех тенденций, которые присущи русскому языку как таковому. По сути дела, те исследования, которые описывают современное состояние русского языка, в наибольшей степени посвящены именно языку средств массовой информации – см., например, такие фундаментальные труды, как «Русский язык конца XX столетия» или «Языковой вкус эпохи». Поэтому, говоря о современном русском языке, чаще всего имеют в виду именно язык современных СМИ, и наоборот. Именно эта способность – наиболее ярко и быстро отражать активные процессы развития языка – и делает язык СМИ столь интересным для исследования.

Однако есть основания для более глубокого анализа современного медиадискурса – не только с собственно лингвистической, но и с культурологической точки зрения. Таким образом, изучение медиадискурса

требует комплексного подхода с привлечением категориального аппарата и методологии междисциплинарного уровня. «Поскольку русская культура перешла сегодня в разряд медиацентричных, тексты современных средств массовой информации стали представлять собою ядро современной национальной культуры. Язык средств массовой информации и коммуникации, или медиадискурс, можно считать наиболее *риторичным* объектом исследования для общей риторики, т.к. он традиционно относится к прозаическому, а не поэтическому типу дискурса. То есть современная *медиацентричная культура* стала в известной степени потенциально риторической» [1, с. 8]. Культура нередко трактуется как система коллективного знания, с помощью которого люди моделируют окружающий мир. Такая точка зрения подчеркивает тесную взаимосвязь восприятия, познания, языка и культуры. В русле этой концепции индивидуальные действия людей, неразрывно связанные в коммуникативными процессами, относятся к комплексной системе коллективного знания, передаваемого через язык.

Посредниками в распространении коллективного знания в настоящее время являются средства массовой информации. Отмечая глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, необходимо иметь в виду, что эти изменения влияют не только на условия жизни, но, прежде всего, на способ мышления, систему восприятия современного человека и его речь.

Возможность изучения медиатекста с этих позиций рассматривал и Ю. В. Рождественский в своей работе «Теория риторики» (1999). Он отмечал, что в текстах массовой коммуникации «используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов. В результате возникает новый вид текста со своими законами построения и оформления. Такие тексты доводят до получателя (в идеале до каждого человека) самые нужные для его деятельности смысловые части других текстов» [3, с. 84]. Оптимизации этого процесса и служат различные риторические приемы, отработанные в течение столетий и приобретенные в современных СМИ новые возможности и особенности. Рассмотрим специфику использования одной из базовых риторических фигур – метафоры – в современном медиадискурсе.

Традиционно метафора рассматривается как один из видов риторических фигур, или тропов, описанных еще в античных риториках. Тропы используются для «украшения» речи, для придания ей большей

выразительности, что в равной степени необходимо как в художественном тексте, так и в массовой коммуникации. Однако уже исследователи-литературоведы указывали на более широкие возможности реализации метафорического переноса. «Метафора представляет собой как бы сокращенное сравнение. Однако имеется большое различие между метафорой и сравнением. В сравнении назван и сам предмет, и основание для сравнения. В метафоре ничего этого нет. Требуется, чтобы читатель сам догадался, почему привычное слово заменено другим, в необычном значении. Таким образом, метафора требует большей работы мысли и воображения. В этом отношении она еще более сильное изобразительное средство, чем сравнение. Этим объясняется, почему метафору можно встретить и в научном трактате, где требуется логическое изложение» [5, с. 26].

Будь метафора всего лишь риторической фигурой, пусть и важной, едва ли бы она вызывала такой интерес на протяжении веков. Однако метафора представляет собой нечто большее, чем прием выразительной речи. Метафора – инструмент познания действительности и способ существования в ней. С метафорой связаны многие операции по обработке знаний – их усвоение, преобразование, хранение и передача. Человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, создает при помощи метафор тот мир, в котором он живет. Метафоры показывают, как картина мира отражается в общественном сознании и какова она, эта картина мира.

С точки зрения когнитивной лингвистики метафора есть не что иное, как инструмент познания мира, поскольку она базируется на установлении ассоциативных связей, сходств и различий между явлениями мира и создает на этой основе новые личностные смыслы, которые представляют субъективное отношение индивида к миру, его видение, его трактовку определенного фрагмента действительности.

В коммуникационной деятельности (прежде всего, в медиадискурсе) метафора – важное средство воздействия на интеллект, чувства и волю адресата. Эта проблема уже затрагивалась в современной научной литературе. В фундаментальной монографии М.Р. Желтухиной при рассмотрении действенности текстов современных средств массовой информации особое внимание уделяется метафоре и сходным с ней типам переносных значений: «Метафора, метонимия, синекдоха как основные виды тропов оказывают наибольшее суггестивное воздействие в масс-медиаальном дискурсе» [2, с. 6]. Соответственно, в настоящее время для ученого анализ метафорических образов – это еще и способ изучения

ментальных процессов и постижения индивидуального, группового и национального самосознания. Но возможности метафоры этим не ограничиваются. Ниже мы рассмотрим некоторые особенности использования метафоры в современной речевой практике.

Метафора как нельзя лучше подходит для выявления новых черт уже известного путем уподобления одного явления другому, путем выявления некоего подобия, которое и способствует взаимному раскрытию сущности явлений. Изъясняя природу и значение сложных отвлеченных категорий при помощи сравнения их с вполне конкретными, зримыми и понятными, педагог быстрее добивается поставленной задачи. Суть метафоры заключается в понимании и переживании сущности одного вида в терминах сущности другого вида, это и объясняет высокую дидактическую ценность метафоры.

Эту особенность часто используют в современных медийных текстах, особенно в аналитических статьях, чтобы объяснить сложные процессы и явления для читателя, который не является специалистом в определенной сфере. Например:

«Представьте, приходите вы в кафе и заказываете кофе. “Вам какой?” – спрашивает официант. “А какой у вас есть?” – интересуетесь вы. И после пулеметной очереди из названий видов кофе делаете заказ. А когда его приносят, понимаете, что принесли вам, скажем, не латте, а латте макиато, то есть, грубо говоря, латте с сиропом, который вы на дух не переносите. Что случилось? А просто вы дали официанту неправильное техзадание. Все то же самое мы видим в области маркетинговых исследований. Только впустую потраченные на них суммы гораздо существеннее, чем затраты на «неправильный» кофе» (Компания, 05.09.2011).

Таким образом, метафора – это источник новых значений, особый вид речевого употребления, ассоциативный механизм и способ речевого мышления. Мы нуждаемся в ней не просто для того, чтобы, найдя имя, довести наши мысли до сведения других: без метафоры невозможно мыслить о некоторых особых, трудных для ума предметах.

«Но обычному человеку, неспециалисту, кажется: пусть управляет кто-то один, пусть обязанности будут четко разделены. Самое лучшее – пирамида управления, где наверху царь (президент), под ним – его помощники, внизу – народ, и команды четко идут сверху – вниз, а все исполняют. В общем, “властная вертикаль”. При этом люди почему-то забывают, что государство – более сложная система, чем, например, самолет. В самолете нет 140 миллионов самостоятельных элементов –

личностей, самолет не состоит из десятков и сотен отраслей, десятков тысяч заводов, электростанций, объектов инфраструктуры и т.п. Тем не менее даже в самолете многие системы неоднократно дублируются, автопилот контролируется пилотом, а за ним приглядывают с земли, и все вместе они связаны обязательными к исполнению инструкциями. Случаи же, когда командир берет все полномочия на себя, – редкость, длится недолго и называются чрезвычайной ситуацией. Делать ее нормой, как на заре воздухоплавания, никому и в голову не приходит» (Новая газета, 31.10.2011).

В данных случаях мы сталкиваемся с метафоризацией мыслительного процесса, когда путем наложения абстрактного содержания на зримые, конкретные факты объясняется смысл абстрактных понятий. Такого рода метафоры не просто систематизируют личный опыт индивида, но приобщают его к основным принципам мировосприятия, свойственным данному языковому коллективу. Обладая неограниченными возможностями в сближении самых различных предметов и явлений, по существу по-новому осмысливая предмет, метафора способна вскрыть, обнажить его внутреннюю природу.

В этом случае дидактическая и когнитивная функция метафоры реализуются одновременно, то есть новое для адресата речи явление не только называется, но и объясняется. В результате осуществляется экономия языковых средств, что упрощает ментальные процессы. Кроме того, для публицистического текста существенную роль играет возможность выражения через метафору индивидуальной авторской оценки информации. Сам выбор параметров сравнения указывает, как автор оценивает явления и факты. Например:

«Наверняка вам в детстве доводилось играть во дворе с капризным мальчиком (назовем его Вовочкой или Славиком, неважно), который очень не любил проигрывать и потому любые правила на ходу менял под себя. Если играли до пяти очков, но Вовочка проигрывал, он требовал вести счет до десяти. “Домиком” в салочках всегда оказывалась та скамейка, на которой он уселся. Пешки у него в решительный момент начинали ходить назад, а если соперник возражал – Вовочка мог шаркнуть его по башке шахматной доской. Приблизительно так ведет себя сегодня российская власть, в очередной раз пытаясь подстроить избирательное законодательство под меняющуюся действительность и свои собственные интересы» (МК, 27.09.2013).

Наиболее характерный для метафоры параметр – ее антропометричность: сам выбор того или иного основания для метафоры связан со спо-

собностью человека соизмерять все новое для него по своему образу и подобию или же по пространственно-воспринимаемым объектам. Это уравнивает конкретное и абстрактное.

Подобные метафорические образы построены по принципу мысленного эксперимента. Читателю предлагается «представить себе» некие события или образы для разъяснения на простом, наглядном примере сложных абстрактных понятий. Следует отметить, что мысленный эксперимент используется, как правило, в научных текстах в качестве весомого аргумента для доказательства того или иного положения, научной гипотезы.

Таким образом, используя знакомую и понятную для читателя ситуацию, автор получает возможность сформировать новое знание на базе сходства, подобия, лежащего в основании любой метафоры. Учитывая выраженное усложнение, «онаучивание» современного медийного дискурса, подобные приемы становятся все более популярными.

С другой стороны, подобные развернутые метафоры могут формировать различные варианты игры с содержанием текста (в частности, «игры-воображения», по терминологии С.И. Сметаниной). «Классическая игра-воображение содержит ключевую фразу «представьте себе...» и строится на различных действиях с образами: «Один из страшных исходов предстоящих выборов состоит в переделе собственности... Стоит выбрать не тех – и состоится новый передел. А это бунт. Наш русский бунт. То есть по Марксу и по Пушкину сразу. Последний и решительный. Бессмысленный и беспощадный. Такая вероятность кого не ужаснет. Стоит воочию представить себе санкт-петербургскую блокаду. Орды генерала Варенникова осаждают колыбель двух революций и трех контрреволюций. Конница Лужкова взяла Севастополь и теперь не знает, кому его вернуть. На Тамбовщине продотряды Илюхина грабят невесть откуда взявшихся фермеров» (ЛГ, 1999). Игровое манипулирование в медиа-тексте происходит за счет осложнения реального фантазийными компонентами. Новый образ должен легко соотноситься с реальностью (событием, лицом) и одновременно сохранять фантазийную природу» [4, с. 96]. В этом случае читателю предлагается не найти подобие из уже известных ему явлений и ситуаций, а вообразить его, опираясь на некоторые возможные параметры сходства. Это вполне соответствует основным параметрам развертывания игровых стратегий, свойственных современной медийной практике, и формирует новые возможности реализации развернутых метафор.

*Літаратура*

1. Анненкова, И.В. Медиариторические компоненты современного медиатекста / И.В. Анненкова // материалы Междунар. науч. конф. «Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах». – М.: МедиаМир, 2012. – 469 с.

2. Желтухина, М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ / М.Р. Желтухина. – М.-Волгоград, 2003. – 654 с.

3. Рождественский, Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский – М., 1999.

4. Сметанина, С.И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. / С.И. Сметанина – СПб, 2002.

5. Томашевский, Б.В. Поэтика. Краткий курс / Б.В. Томашевский – М., 1996.