

РИТОРИЧЕСКИЙ ИДЕАЛ В ЛОГОСФЕРЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ: ПОПЫТКА ИНТЕГРАТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

*«Не бойтесь совершенства –
вам его никогда не достичь» (?..)*

К рассмотрению предлагается практически не исследованная в украинской филологической науке (в частности журналистиковедении) проблема анализа риторического идеала в логосфере современной аудиовизуальной медиакультуры. Предпринимается попытка интегративного моделирования идеального образа публичного человека – *homo verbo agens* – человека, действующего словом, на основании современных риторических знаний. Учитываются разносторонние подходы отечественных и зарубежных исследователей к изучению данной проблематики (С.С. Аверинцева, А.К. Михальской, А.П. Сковородникова, А.П. Романенко, М.Р. Львова, О.Б. Сиротининой, В.И. Аннушкина, Т.В. Кочетковой, И.А. Стернина, Г.М. Сагач, Т.С. Антоновой, Л.И. и О.М.Мацьков, Н.А. Ипполитовой, М.С. Хлебниковой, М.П. Карпович, Т.В. Ковтун и др.).

Риторический идеал, являясь одним из фундаментальных понятий риторики, в научно-методической литературе определяется по-разному [напр., Сковородников 2003, с.596-597]. Можно встретить определение риторического идеала как «ментального образца и образа хорошей речи, существующего у любого говорящего и составляющего существенный компонент культуры» [Михальская 1996, с.44], как «некоего универсального совокупного эталона национального речевого поведения образованных людей, принадлежащих к конкретной культуре», «образа, связанного с успешной речевой деятельностью во всех значимых областях общественной жизни», «системы неких универсалий, максимум идеального речевого поведения» [Хлебникова 2006, с.437] и пр.

Риторический идеал – основная категория сравнительно-исторической риторики, которая представляет собой новую, находящуюся на этапе становления, лингвокультурологическую дисциплину риторического круга. Он описывается у А.К. Михальской многогранно [1996]. Античный риторический идеал (выработанный Сократом, отраженный Платоном в диалогах,

воспринятый и развитый Аристотелем в его «Риторике») понимается как «иерархия трёх основных элементов: *мысль-истина, благо-добро, красота-гармония*» [Там же, с.30]. Русский риторический идеал (дореволюционный, со времен первых письменных памятников и до революции 1917 г.), когда «ценится и считается прекрасной прежде всего такая речь, в которой сочетаются в гармоническом единстве: 1) *мысль*, смысловая насыщенность, *устремленность к истине*; 2) этическая задача, нравственная *устремлённость к добру и правде*; 3) *красота*, понятая не как украшенность, красивость, а как целесообразность, функциональность, *строгая гармония*» [Там же, с.7] (пробелы А.К.М. заменены мной курсивом – Е.ИЦ.). Теоретически интерпретируя это понятие, она определяет его, во-первых, как «общий принцип организации логосферы», во-вторых, как иерархию ценностей – «требований к речи и речевому поведению людей – носителей данной культуры», а это требования этические и эстетические, соотносящиеся с такими константными характеристиками образа ратора, как логос, этос и пафос.

Трактовка понятия «риторический идеал» А.К. Михальской, как считает А.П. Романенко, развивающий теорию образа автора В.В. Виноградова и риторическую категорию «образ ратора» в контексте советской словесной культуры, очень близка к его трактовке понятия «образ ратора» [Романенко 2003, с.20]. И риторический идеал и образ ратора – «исторически изменчивы» (красноречие и преставление о том, какая речь может считаться прекрасной, образцовой, различны в разные исторические эпохи), «культуроспецифичны» (эти представления составляют важную часть общей культуры того или иного народа, отражают специфику этой культуры, и это должно учитываться в условиях межкультурных коммуникаций).

Современные аудиовизуальные масс-медиа (кино, телевидение, интернет, фото-, кинодокументалистика, радиотелевизионная журналистика, иные коммуникационные средства) наиболее полно и зримо отражают все процессы, происходящие в мировом сообществе. В частности, в сфере медиакультуры, понимаемой как «область культуры, связанная с трансляцией динамических образов, получивших широкое распространение современными техническими способами записи и передачи изображения и звука (кино, телевидение, видео, системы мультимедиа)» [Кириллова 2005, с.25]; медиакультуры, которая в традиционном понимании объединяет все аудиовизуальные (воспринимающиеся одновременно слухом и зрением) искусства.

В «эпоху видеократии» в «глобальном селе» исследуется «человек говорящий» (Клод Ажеж), отмечаются условия и причины «падения публичного человека» (Ричард Сеннет), обсуждается проблема выбора человека – манипуляция или актуализация (Эверетт Шостром), раскрывается технология манипуляций сознанием и прививаются правила защиты от неё (Сергей Карамурза). И именно «телевизионный ведущий» как яркий тип языковой личности ассоциируется с властью, является носителем голоса власти и в этом качестве резко противопоставлен другим типам (по В.И. Карасику – «братану»

и «новому русскому»; считаю возможным названия указанных типов начинать со строчных букв – Е.ИЦ.), с которыми себя так и иначе может ассоциировать пассивное большинство населения, и воспринимаем ими как представитель чужой западной цивилизации. Именно он «отличается высокой степенью интеллекта, образован, речь его безупречна, он свободно владеет иностранным языком, нормами этикета, склонен к тонкому юмору и иронии» [Карасик 2004, с.13].

В этом смысле «телевизионный ведущий» соотносится с формирующимся на стыке нынешних столетий и тысячелетий новым риторическим идеалом, включающим в себя традиционные ценности и акцентирующий внимание на прагматическом аспекте – эффективности и успешности своего речевого общения. Он есть воплощением «лица» своего телеканала (проходит тщательный отбор и профессиональную подготовку, включающую в себя не только совершенствование речевого мастерства, но и создания определенного имиджа).

Интегральная модель современного риторического идеала, по Сковородникову, стремится к балансу 1) логико-аргументативной, 2) этико-эстетической, 3) коммуникативно-прагматической, 4) нормативно-языковой (включая стилистическую норму), 5) этно-культурологической (включая категорию языкового вкуса) компоненты [Сковородников 2001, с.319].

Современные наблюдения в области мыслеречевой деятельности человека красноречиво доказывают сосуществование трёх чётко выраженных типа риторического идеала. Наиболее распространённым, заимствованным из американской массовой культуры, воспринятым повсеместно средствами массовой коммуникации и направленным на манипуляцию сознанием, принято считать американизированный идеал, восходящий к софистическому и близкий к нему сущностно (человек-манипулятор). Античный идеал – восточно-христианский (сократовский), сохранивший лучшие культурно-исторические духовные традиции европейских народов [Аверинцев 1984]; но Мацьки определяют этот тип не «старым отечественным, русским, восточно-христианским», как Михальская, а «восточнославянским, древнеукраинским» [Мацьки 2003, с.186]. Идеал же «советской» риторики (номенклатурный) еще именуется тоталитарным или пропагандистским идеалом.

Но наше исследовательское внимание привлекает именно та модель идеального речевого поведения – риторический идеал, который соотносится с восточно-христианским образцом (общим для славянских народов) риторической культуры и интегративно воплощаемый в зарождаемой аудиовизуальной православной журналистике. Она – миссионерски направленная и ценностно-ориентированная – за последнее десятилетие открыла новую область видения и вещания, ранее практически исключенную из нашей жизни, расширила возможности развития человека, обогатила его внутренний мир, формируя тем самым новый образ – элитарной нериторической личности, обладающей пусть не всегда высоким профессиональным, но богатым интеллектуально-духовным потенциалом [Ицербакова 1999 – 2006].

При рассмотрении этого риторического идеала особую роль играют такие категории, как истина, добро, красота гармония, радость, любомудрие, скромность, терпение, доброжелательность, духовность. Для него характерны и такие признаки обновленного человека, как честь, благородство, милосердие, ответственность за мысли, дела и поступки, вера в Бога и упование на Него, надежда и любовь. Это дало основание сформировать риторический идеал любви (в противовес риторике власти), еще называемый в литературе идеалом гуманистической риторики [Михальская 1996, Сагач 1998, 2000], направленной на достижение гармонии отношений с помощью средств языкового общения. Совокупность всех выше перечисленных качеств выстраивает образ совершенного ратора, не достижимый ни при каких конкретных условиях ни в одном реальном ораторе, но требующий устремления к нему в ежедневной речевой практике публичной личности, почитая Евангельский призыв – «Будьте совершенны, как Отец ваш Небесный». Ведь в христианском мире идеалом на все времена остаётся Господь-Бог наш Иисус Христос.

В заключение отметим, что наиболее полная и всесторонняя разработка модели изучения и формирования терминологического понятия «риторический идеал» (методов анализа и описания риторического идеала в логосфере духовной культуры), на наш взгляд, представлена А.К. Михальской, которая выделяет риторический идеал как главную ценностную категорию сравнительно-исторической риторики и определяет перспективы гуманизации логосферы.

Десятилетие спустя можно констатировать, что эту важную для осознания носителями элитарной риторической культуры категорию (идеал гармонизирующего положительно-онтологического диалога) в условиях аудиовизуальной медиакультуры еще предстоит изучать, учитывая бережное отношение к области формирования интеллектуально-духовных ценностей творческой личности и морального общества. В подобных исследованиях приоритетными могут стать междисциплинарные направления в тесной взаимосвязи с риторикой (аудиовизуальное журналистиковедение, педагогика, коммуникативистика, социопсихолнгвистика, лингвокультурология, нравственное богословие, медиаобразование и др.).