



ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Г.Г. ХАЗАГЕРОВ

СИСТЕМА УБЕЖДАЮЩЕЙ РЕЧИ КАК ГОМЕОСТАЗ: ОРАТОРИКА, ГОМИЛЕТИКА, ДИДАКТИКА, СИМВОЛИКА

Работа строится на пересечении двух идей. Первая заключается в том, что факты языка рассматриваются как система, но не только и не столько в смысле взаимной обусловленности элементов, сколько как система адаптивная, поддерживающая параметры своего существования в определенных пределах. Такой взгляд на системность языковых отношений ставит ряд вопросов: о выживаемости системы, равновесии в системе и т. д. Эти вопросы, обозначенные уже в трудах Пражского лингвистического кружка, в дальнейшем получают в лингвистике самое широкое распространение¹. Понятие «гомеостаз» позволяет поместить языковые (речевые) системы в ряд других, им подобных, и проанализировать связь (точнее автоморфизм) между языковым и социальным семиозисом. Более того, такой подход, основанный на презумпции выживаемости как цели, позволяет преодолеть антиномию «дискурс — реальность» и избежать наиболее экстравагантных поворотов научной моды, предлагающих во имя последовательности быть непоследовательными, во имя логики отказаться от «логоцентризма», во имя честности не искать истины.

Хазагеров Георгий Георгиевич — доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Ростовского государственного университета, сотрудник Института национальной модели экономики. **Адрес:** 344711 Ростов-на-Дону, ул. Б.Садовая, 105. **Телефон:** 290-51-08. **Электронная почта:** khazagerov@mtu-net.ru

¹ Й. Вахек отмечает, что «...изменение языковой системы происходит внутри самой языковой системы и вызывается вновь стремлением к восстановлению равновесия в системе» [11, с. 526]. Слово «равновесие» прямо отсылает нас к теории адаптивных систем.

Вторая идея восходит к Р.О. Якобсону, который ввел в научное употребление понятия «ось селекции» и «ось комбинации», и состоит в толковании символа как одновременного использования метафорической и метонимической стратегий [2]. Примечательно, что Якобсон пришел к этой идее, изучая функциональные расстройства речи и развитие работающих при этих расстройствах компенсаторных (адаптивных) механизмов.

Риторика в свете автоморфизма языка и общества

Между объектами лингвистики и социологии существуют сложные отношения, включающие одновременно и подобие и смежность. С одной стороны, общественный семиозис подобен семиозису языковому. Так, торговые отношения могут быть описаны в терминах речевой коммуникации, и информационная теория рынка — шаг, сделанный в этом направлении. Риторическая модель торговой рекламы — получение информации в обмен на воздействие — суть метафора самой торговли. С другой стороны, языковые явления не просто метафорическая база для создания социальных моделей, но нечто активно включенное в сам социум. Коммерческая реклама не только зеркало торговли, но и информационная технология, встроенная в торговлю. Таким образом, социум может быть отображен на свою собственную часть — язык; в математике это явление именуется автоморфизмом.

Уподобление общества языку очень плодотворно в отношении выстраивания всевозможных парадигм вроде знаменитой «монархия — тирания — аристократия — олигархия — полиция — демократия», где каждому из членов парадигмы соответствует тип властной и речевой организации общества². Но для синхронного описания общества необходимо дополнить уподобление отношением смежности (включенности). Тогда общественный дискурс из модели общества превратится в систему, элементы которой связаны между собой функционально-целевыми отношениями и которая выживает и воспроизводит себя, как и само общество. Так, тексты законов реально связаны с судебными речами и входят в одну с ними систему не через метафору (закон — язык, судопроизводство — речь), а через реальную зависимость, столь же лингвистическую, сколь и экстралингвистическую.

Стержнем социальной жизни является категория воздействия, которая и на уровне подобия, и на уровне смежности (включенности) отображается в категорию убеждения (речевого воздействия). Поэтому важной составляющей описания общества является риторический дискурс, то есть убеждающие речи, взятые как система. Понимая под риторикой науку об убеждающих речах и обозначая словом «риторика» также саму совокупность этих речей, мы попытаемся построить такую риторическую теорию, которая описывала бы эту совокупность как адаптивную систему. Задача заключается, следовательно, в том, чтобы классифицировать убеждающие речи так, чтобы виды этих речей не просто образовывали парадигму, но входили бы в некую синхронную синтагму, обеспечивающую сосуществование их как вечных институтов общественного дискурса.

² Такой подход можно найти в работах Ю.В. Рождественского. См., например, [3, с. 11-15].

Наша гипотеза состоит в том, что в основу классификации убеждающей речи необходимо положить основные когнитивные стратегии, которые, в свою очередь, выводятся из самих оснований языка. Мы предполагаем, что каждому типу убеждающей речи соответствует своя когнитивная стратегия и именно это придает ему устойчивость и в то же время ставит в зависимость от других типов, основанных на других стратегиях.

Парадигма когнитивных стратегий

В концептуализации любого явления можно наметить четыре стратегии, порожденные двумя парами оппозиций: «метафора — метонимия» и «феномен — ноумен».

В рамках метонимической (основанной на смежности понятий) стратегии намечаются два варианта: метонимическая феноменологическая стратегия и метонимическая ноуменологическая стратегия. Первая задает концептуализацию через примеры, образцы или просто через отдельные проявления. Например, любовь можно концептуализировать через примеры влюбленных пар — Ромео и Джульетта, Тристан и Изольда, Мастер и Маргарита — или через проявления любви: «Любовь — это поцелуи, свидания, волнения». Вторая стратегия использует гиперонимы. Это классическое определение через род и видовую специфику: «Любовь — чувство, возникающее между мужчиной и женщиной». В основе обеих стратегий лежат отношения смежности. Одно явление определяется через другое, гомогенное ему. Связь между явлениями присутствует в реальности³.

В рамках метафорической (основанной на сходстве) стратегии тоже можно выделить два подхода: ноуменологический — связанный с гетерогенной метафорой, и феноменологический — связанный с гомогенной метафорой, или символом. Гетерогенная метафора, например «любовь — священная болезнь», построена на том, что какое-то явление концептуализируется через уподобление другому, как правило, понимаемому более плоско и обедненно. Обедненность достигается именно гетерогенностью, принадлежностью к совершенно иной, нежели определяемое явление, природе и позволяет метафоре осуществить функцию когнитивного предиката. Хитреца можно назвать «лисой» именно потому, что лиса, принадлежа к периферийному для нас миру, воспринимается упрощенно, как носительница ограниченного числа качеств. Называя любовь «болезнью», мы рассматриваем

³ Несмотря на раннее появление терминов «метафора» и «метонимия», последовательные определения метонимии и синекдохи как тропов, основанных на смежности, появились лишь спустя века, что вполне соответствует яacobсоновскому положению о том, что метонимия поддается рефлексии хуже, чем метафора. В древности вопрос о тропах смежности был запутан, о чем свидетельствует такой терминологический монстр, как металеписис. Ясное указание на то, что в основе этих тропов лежит смежность (родство, одноприродность понятий), мы находим впервые в малоизвестном трактате Кокондриоса [4] и в трактате, атрибутированном скорее всего ошибочно Григорию Коринфскому, определившему метонимию как «относящееся к одному в собственном смысле слова, другое же обозначающее по близкой связи вещей» [5].

концепт болезни как нечто схематичное и простое⁴. Именно так устроена научная метафора. Применяв к синтаксическим явлениям термин «валентность» или к языковой гипотезе термин «лингвистическая относительность» (по аналогии с физикой), мы упрощаем химические и физические концепты, обрубаем их связи с другими концептами из того же ряда. В этом смысле очень интересный феномен — столкновение в басенном пространстве животных, которые в реальности вместе никогда не встречаются (например, льва и зайца). В полном соответствии с понятием «селекция» мы выбираем когнитивный предикат, связанный с другой сферой действительности, «примысливая» тем самым к реальности новую связь.

Однако метафора преобразуется в символ, если включает в себя гомогенный элемент. Символ любви Купидон держит в руках лук и стрелы (гетерогенный компонент — метафора: любовь поражает человека, как стрела), но сам он изображается в виде обнаженного младенца (гомогенный компонент: дети — атрибут любви). В символе смерти — осто́ве в саване, держащем косу, — также синкретически объединены два компонента: гетерогенный (коса как метафора скашивания человеческой жизни) и гомогенный (остов и саван как атрибуты смерти). Гомогенные компоненты — проявления метонимичности (смежности) на фоне метафорической стратегии (сходства). С этими проявлениями в метафору входит феноменальный мир, она перестает быть произвольным домысливанием к явлению иноприродной реальности, возникает мотив, привязывающий ее к действительности, ограничивающий степень свободы метафорического поиска. На ось селекции накладываются ограничения комбинаторного характера. Именно такова природа религиозного символа. Икона является святой не только потому, что на ней изображены святые (подобие), а потому что она одноприродна, гомогенна святости (смежность). Это и делает икону символом. Сведение иконы к сходству — исходная позиция иконоборцев. Сведение к смежности — идолопоклонничество⁵.

Наличие гомогенных компонентов в гетерогенной метафоре создает бесконечную семантическую перспективу. В обыкновенной метафоре компонент сравнения за вычетом общих свойств элиминируется: если сильный человек уподобляется льву («силен, как лев»), то в льве все, кроме силы, становится для нас несущественным. В символе же зона уподобления незамкнута. Отсюда та неисчерпаемость символа, которая неизменно подчеркивается в эстетике.

В основе выделенных четырех стратегий лежит презумпция метафоры, и символ толкуется как метафора, осложненная отношениями смежности. Но можно представить и другой путь: феноменологическая метафорическая стратегия может быть осложнена отношениями сходства, что также даст символ. Это особенно заметно в социальном бытовании такого тропа, как антономасия. Выше понятие любви иллюстрировалось примерами таких пар,

⁴ Подробнее о механизме метафоры как логического предиката, поясняющего суть логического субъекта и потому обладающего более плоским значением, см. публикацию [6].

⁵ О природе символа и его религиозном толковании в Византии см. [7, 8].

как Ромео и Джульетта. Объясняя его ребенку, можно было бы прибегнуть не к культурно значимым, а к бытовым примерам: «Это как у дяди Пети с тетей Аней». Однако существуют культурно отобранные эталонные примеры, выбивающиеся из ряда обычных метонимий, — антономасии. Так, Отелло — символ ревнивца, Дафнис и Хлоя — невинности. В этом случае дело не сводится только к лексикализации тропа. Самим фактом маркировки при репрезентации класса явлений в феноменологическую стратегию добавляются элементы стратегии ноуменологической, а в отношении смежности — отношения сходства (всякий ревнивец подобен Отелло, все невинные — Дафнису и Хлое).

Антономасия — один из ранних и мощных способов концептуализации действительности. Поставщиками антономасий являются национальные мифы и эпические предания. Афродита не просто богиня, отличающаяся исключительной красотой, но олицетворение красоты, красота как таковая. Быть «красотой с Афродитой схожей» в представлении древних уже гипербола, потому что сама гипербола мыслилась как переход через некий предел (буквально — перебрасывание). «Бежать быстрее Ахилла» все равно, что бежать быстрее скорости, а «быть красотой с Афродитой схожей» означает быть похожей на саму красоту.

Итак, перед нами четыре явления: метафора, символ, гиперонимия, метонимия. Рассмотрим теперь четыре вида убеждающей речи, каждый из которых опирается на свою когнитивную стратегию и которые вместе образуют гомеостаз.

Виртуальная парадигма убеждающих речей

Рассмотрим сначала виртуальные типы убеждающих речей, а затем соотнесем их с реальными видами и их функционированием.

Всякая убеждающая речь нуждается в когнитивной базе, так как убеждение — это навязывание некой интерпретации действительности, связанное с прояснением картины мира. Если слушающий уже достиг в чем-то полной и бесповоротной ясности, убеждающее воздействие невозможно. Убеждение, таким образом, всегда есть прояснение. В качестве когнитивной базы убеждения выступает некий вспомогательный конструкт, с помощью которого и осуществляется интерпретация. Если речь описывает референт R , то с целью интерпретации она прибегает к описанию референта R' . Соотношение этих референтов соответствует выделенным выше когнитивным стратегиям.

Самый простой случай, когда R' — гетерогенное по отношению к R образование. Природа этого случая хорошо видна в механизме воздействия психотерапевтических рефреймингов и формирования научных гипотез. «Жизнь — шахматы, — говорит врач, успокаивающий больного. — Ваш невроз — вечный шах, заставляющий вас двигаться по замкнутому кругу. Но мы сделаем неожиданный ход конем — закроемся от этого шаха». С целью прояснения сложной жизненной ситуации, реально сложившейся у больного, врач примысливает к ней ситуацию шахматной игры. Тот же самый прием используется в рассуждении: «Слово подобно игроку на футбольном поле. Его значение определяется тем положением, которое он на этом поле занимает по отношению к другим игрокам». Ситуация игры в футбол добавлена, чтобы пояснить системность лексических отношений. Назовем речь, в кото-

рой проясняющая референт интерпретация осуществляется за счет привлечения другого референта, гетерогенного по отношению к первому, метафорической убеждающей речью. Нетрудно увидеть, что метафорическая речь является аналогом метафоры на уровне стратегии. Метафорическая речь, конечно же, активно пользуется метафорой, особенно ее развернутой формой — параболой (притчей). Но это не исключает ни привлечения других тропов, ни имплицитной метафоризации. В метафорической речи присутствуют сравнение, аналогия, уподобление в широком смысле слова — то, что древние называли омойосис, включая в это понятие и параболу.

Метонимической убеждающей речью будем называть такую речь, в которой в качестве проясняющего референта R' выступает репрезентативная выборка из референта R . Природа этой речи явственно обнаруживает себя как в пояснениях политиков и публицистов, так и в тех объяснениях, которые взрослые обычно адресуют детям. Так, Уинстон Черчилль дает следующее определение военнопленного: «Военнопленный — это человек, который пытался вас убить, не смог — и теперь просит не убивать его». Подобно этому взрослый поясняет ребенку, что доктор — тот, к кому идут, когда у человека что-то болит. Как метафорическая речь не сводится к употреблению метафор, так и метонимическая — к употреблению исключительно метонимий. Как метафорическая речь свойственны параболы, так метонимической — парадигмы, то есть частные примеры, иллюстрации. Древние, правда, включали в омойосис и парадигму, так как не вполне ясно разграничивали сходство и смежность. Но примеры, иллюстрации, «случаи из жизни», просто широкая гипонимизация, конкретизация описаний — все это приметы метонимической речи.

Под гиперонимической убеждающей речью будем понимать речь, в которой в качестве проясняющего референта R' выступает некая универсалия, обобщающая референт R . Природа этого случая со всей очевидностью раскрывается в логической доказательной речи, когда в целях убеждения предметы соотносятся с их абстрактными классами, относительно которых положение очевидно. Например, «поскольку треугольник ABC равносторонний, его высоты совпадают с медианами». Роль параболы и парадигмы в таких речах играют научная дефиниция *per genus proximum et differentiam specificam* и силлогизм.

Символической убеждающей речью назовем речь, в которой проясняющий референт R' является особой частью референта R , подобной всему R . Природа символической речи раскрывается в священных текстах, где священная история является частью и в то же время символом реальной истории. Нечто подобное можно наблюдать в правовых текстах, где выделенный казус служит базой для толкования всех ему аналогичных. Роль парабол, парадигм и дефиниций в других видах речей здесь играют развернутые антономасии, перерастающие в символы, такие, как Гефсиманский сад, Пилат.

Как видим, убеждающие речи жестко не связаны с соответствующими тропами, но являются их аналогами и активно их используют. Что касается доводов, репрезентативных для того или иного вида убеждающих речей, то жесткой связи нет и здесь. Однако есть, очевидно, базовые для каждой стратегии доводы. Для метафорической речи необходим пафос, так как выбор

гетерогенного объекта, в конце концов, сводится к вопросу доверия. Говорящий обещает, что выбор данного конструкта окажется плодотворным, например, для научной гипотезы. Логическое доказательство здесь факультативно, оно лишь поддерживает последовательность при развертывании метафоры. Для гиперонимической речи, напротив, совершенно необходимы логические доказательства, так как именно силлогистика занимается подведением частного случая под общий, а значит, устанавливает связь между референтами R и R' . Прочие доводы здесь факультативны. Для метонимической речи существенны доводы к этосу, к узусу, ибо связь между референтами здесь зиждется на узнавании. Для символической речи необходимо обращение к очевидному: эталоны должны быть самоочевидны.

Ораторика и гомилетика. Когнитивные стратегии и коммуникативные функции

Оппозиция «ораторика — гомилетика» восходит к противопоставлению судебного и совещательного красноречия красноречию торжественному. На первый взгляд, трихотомия убеждающих речей, намеченная в «Риторике» Аристотеля, выглядит нелогично⁶. В самом деле, судебные речи направлены на вынесение вердикта относительно событий уже свершившихся, а совещательные — на выбор поведения в будущем. Оба типа речей далеко выходят за ситуацию суда и совещания (скажем, обоснование научной гипотезы как пример судебного красноречия и предвыборная агитация как пример совещательного) и, казалось бы, исчерпывают все случаи убеждения. Но оба типа могут быть объединены на основании одинакового отношения к прагматической информации: речевое воздействие ограничивает для слушателя выбор поведения, слушатель должен совершить тот или иной поступок, принять ту или иную точку зрения, проголосовать за того или иного кандидата. В отличие от судебного и совещательного красноречия торжественная речь не сужает для адресата поле выбора, не требует реакции, локализованной во времени и привязанной к теме речи. Присяжный, выслушавший речи прокурора и защитника, составляет свое мнение относительно разбираемого дела и выражает его в формуле «виновен» или «не виновен». Точно так же избиратель, ознакомившись с программными выступлениями кандидатов, делает определенный выбор, реализуя его у избирательной урны. Но тот, кто прослушал торжественное слово, произнесенное на могиле героя, не стоит перед необходимостью принятия дискретного решения, хотя слова торжественной речи, возможно, и запали ему в душу и в будущем могут предопределить его поведение.

Специфику торжественного красноречия прекрасно раскрывает древнерусская культура, в которой оно играло исключительную роль. Это было красноречие, рассчитанное на долговременное воздействие и на консолидацию, обращенное не к враждебной и даже не к колеблющейся аудитории, а исключительно к единомышленникам. Таковы были знаменитые «слова» Илариона Киевского и Кирилла Туровского. Девизом торжественного крас-

⁶ Речь идет о выделении трех видов красноречия — судебного, совещательного и торжественного — в «Риторике» Аристотеля, где в основу такого выделения положена классификация слушающих.

норечия могли бы стать слова: «Не к неведущим бо пишем, но преизлиха насыщтышемся сладости книжныа, не к странным, но к наследником небеснаго царства».

Собственно, это уже и была гомилетика — речь проповедника. «Гомилетика на русской почве — один из ведущих видов речи. С гомилетикой связано становление русской культуры. Можно сказать, что гомилетика продолжает оставаться основой русского мирозерцания до сегодняшнего времени», — отмечает Ю.В. Рождественский [3, с. 16], последовательно противопоставляющий гомилетику и ораторику.

Если рассматривать гомилетическую речь шире, чем церковную проповедь, то ее коммуникативными признаками будут отсутствие прагматической информации, расчет на долговременное воздействие, обращение к аудитории, полностью разделяющей систему ценностей оратора, монологический, односторонний характер дискурса (на проповедь не отвечают проповедью), представление говорящего об аудитории как о единой и монолитной («не говорю каждому, а вещаю всем»). Соответственно, ораторику отличает прагматический характер информации, отсутствие установки на долговременность воздействия, совпадение позиции говорящего и слушающего, диалогический, симметричный характер дискурса (на ораторику отвечают ораторикой), представление говорящего об аудитории как о разнородной и расчлененной («стараюсь убедить каждого, а не вещаю всем»). Как видим, признаки образуют и эквивалентную (например, прагматичность информации), и привативную (например, долговременность воздействия) оппозиции. Но обоими пучками признаков определяются два достаточно узнаваемых явления. Некоторые вопросы может, пожалуй, вызвать лишь последний признак (адресованность речи — «всем или каждому?»), но он, собственно, всего лишь коррелирует с асимметричным и симметричным общением с аудиторией. При асимметричном общении аудитория мыслится как единая, а переживания, вызванные речью у слушателя, как синхронные. Светским примером гомилетической речи может служить новогоднее обращение главы государства к народу. Мы ограничиваемся пока этим ярким примером, так как полностью специфика гомилетики и ораторики может быть выяснена лишь в системе функциональных связей с другими видами убеждающей речи, прежде всего с символикой.

Ораторика и гомилетика различаются и когнитивными стратегиями. Основная стратегия гомилетического мышления — метафорическая, что подтверждается той важной ролью, которую играет в проповеди развернутая метафора (притча, парабола). Основная стратегия ораторики — метонимическая, казуальная, поэтому главная роль в ораторике отводится иллюстрации (парадигме), то есть проявлению смежности. Оппозиция «парабола — парадигма» (по Аристотелю, оппозиция двух видов примеров) может быть прослежена не только в самих речах, но даже и в теориях, обслуживающих гомилетику и ораторику, что подтверждает предположение о наличии у ораторики и гомилетики разной когнитивной базы.

В русской проповеди парадигма появилась только в XVII в. Зато парабола (притча) была основой всего древнерусского торжественного красноречия. Именно парабола служила композиционным основанием торжественных слов. Хрестоматийно известные парабола — слепец и хромец у Кирил-

ла Туровского, закон и благодать у Илариона Киевского. Неудивительно, что «Прилог», первый сборник парадигм, или казусов, на русской почве был воспринят как собрание притчей, т.е. развернутых метафор.

Мощное развитие гомиластики в восточнохристианском мире (в западном мире парадигма использовалась в проповеди гораздо шире, что объясняется влиянием римской риторической традиции) привело к тому, что здесь не было создано развитой теории ораторики или, как больше принято думать, риторики. Тем не менее уже в XI веке на русской почве появляется филологический трактат «Об образах» — перевод сочинения православного автора Хировоска «О тропах». Этот трактат явно предназначен для обслуживания гомиластики, но не ораторики. Все тропы метафорической группы выдвинуты в нем на первое место и даны дифференцированно, в то время как тропы метонимической группы представлены очень скупо. Совсем иная картина наблюдается в «Риторике» 1620 года и в более поздних сочинениях. Нам приходилось специально исследовать трактат «Об образах» [9], и эти исследования убеждают, что уже в источниках трактата (Трифон, аноним, Кокондриос, Григорий, Хировоск) по мере христианизации и становления христианской гомиластики прослеживается последовательное нарастание интереса к тропам сходства. Более того, даже в наши дни интерес исследователей к метафорическим и метонимическим тропам, возникший в связи с проблемами современной ораторики и современной гомиластики, далеко не равномерен: в центре внимания тропы метафорической группы. Правда, развитие обращенной к повседневным проблемам публицистики и художественного творчества, откликающегося на злобу дня, повлекло за собой то, что было остроумно названо «дворцовой революцией» в области филологических исследований: метонимия стала интересовать ученых больше, чем метафора⁷. Однако в конце XX века закрепление зон вещания за идеологическими системами и освоение «серийной новости» и «сериала» привело к распространению гомиластических жанров на телевидении и вызвало новый интерес к «метафорам, которыми мы живем»⁸.

Речь, конечно же, идет не о том, что проповедь не может использовать метонимию или пример, а в судебной речи не может быть рассказана притча. Речь идет лишь об основной когнитивной стратегии, об отношении референта речи к вспомогательному референту, и тем не менее, это вопрос очень важный, имеющий и теоретические, и практические следствия. Привлечение в гомиластике некой гетерогенной семантики является ее принципиальным свойством. В этом креативность гомиластического мышления. Этим определяется роль гомиластики в социуме и ее отношения с другими видами убеж-

⁷ Термин «дворцовая революция» позаимствован из работы [10]. Расширительное толкование метонимии (ведь каждое слово связано со своим значением отношением смежности) можно встретить уже в работах А.А. Потебни. Толкование метафоры как двойной метонимии или синекдохи можно обнаружить во французских работах по риторике второй половины XX века у Ц. Тодорова и в знаменитой «Общей риторике».

⁸ Термин «метафоры, которыми мы живем» позаимствован из работы Лакоффа и Джонсона, на которую часто ссылаются в связи с проблемами манипулирования [11].

дающей речи. Ораторике привлечение гетерогенной семантики несвойственно. Ее родовое качество — репрезентация действительности отдельными казусами. Если рассматривать миры, описываемые речами, как виртуальные (а именно таково сегодняшнее прочтение Аристотеля), то мы обнаружим, что гомилетика описывает миры возможные, а ораторика — актуальные.

Риторическая схема оратора разворачивается на плоскости бытия, в мире дольном, и стремится исчислить все ветвящиеся возможности описываемой ситуации именно в этом мире. Так, адвокат разбирает все возможные варианты события, происшедшего в прошлом, а советник рисует все варианты протекания события в будущем. Риторическая же схема гомилаета основана не на исчислении, а на интерпретации, на проецировании либо явлений мира горнего в мир дольный — приложении морали к миру, либо мира дольного в мир горний — на притче в чистом виде. Гомилетическое мышление чуждо идеям исчисления, исчерпывания мыслительного пространства. Но мышление оратора, когда он пренебрегает исчислением, становится детски беспомощным. Кстати, на нашей насыщенной гомилетикой почве таких ораторов немало. Всех их отличает умение доказывать что-либо только единомышленникам и неумение участвовать в дебатах. Это пример использования в ораторской речи чуждой ей гомилетической модели.

Символика и дидактика. Когнитивная стратегия и коммуникативные функции

Противопоставление дидактики как гомилетике, так и ораторике можно усмотреть уже в противостоянии философии и риторики во времена Платона. Великий философ, сделавший родо-видовые отношения основой своей вселенной, именно на их разворачивании построил свои знаменитые диалоги, противопоставив диалектику софистической риторике. Так еще до Аристотелева обоснования риторики наметился общий облик красноречия, отличный от красноречия не только судебного и совещательного, но и от торжественного, красноречия, основанного на гиперо-гипонимических связях. Эта гиперо-гипонимическая стратегия и есть стратегия дидактики, и именно поэтому дидактику не стоит включать, как это иногда делается, в основанную на метафорике гомилетикку.

Дидактика — особый вид убеждения, убеждение чисто логическое. С ораторикой его роднит отсутствие примысливаемых гетерогенных конструкторов, но в дидактике господствует не примат факта, а примат идеи, точнее, примат таксономии. Это и в самом деле учебная речь с ее доказательностью. Любопытно, что при всей логичности и сухости учебная речь не связана органически с идеей исчисления. Точно так же факультативен для нее и вероятностный взгляд на мир. Веками дидактика сводилась к таксономиям и компендиумам, исповедуя классификационную модель мира, и лишь двести лет назад начали распространяться модели генеалогические, имеющие в своей основе все ту же структуру логического дерева, но заменившие отношения «род — вид» отношениями «причина — следствие». Только во второй половине XX века, когда на свет появились информационные модели мира⁹,

⁹ Об эволюции трех взглядов на мир в связи с триадой «вещество — энергия — информация» см. [13].

в обращение дидактики вошли такие понятия, как «ветвление», «сценарий», «виртуальная реальность», отражающие новый взгляд на мир, но не вносящие в саму дидактику существенных изменений. Примечательно, например, что гипертекстовая ссылка в электронных учебниках не вытеснила иерархическую организацию материала, которая так или иначе сохраняется в виде системы каталогов.

Принятая в дидактике гиперо-гипонимическая стратегия оптимальна для накопления информации, но креативная ее концептуализация осуществляется не здесь. Верификация опытом, включая опыт социального признания или непризнания концепции, также происходит не в дидактике. Она упорядочивает и подготавливает знания для запоминания. Поэтому ведущий прием в дидактике — не метафора и не метонимия, а дефиниция, показывающая связь разъясняемого понятия с понятием родовым и указывающая на его видовую специфику. Указание на видовую специфику может включать целевые, причинные и другие отношения. Например, в определении «Дидактика — отдел педагогики, излагающий общие методы обучения» отдел педагогики охарактеризован через цель — изучать общие методы обучения. В определении «Заикание — повтор одних и тех же звуков из-за судорожных сокращений мышц гортани» повтор звуков характеризуется через причину. Но самым существенным в обоих определениях остается указание на род. Именно дефиниция и является основой учебной речи — положение, не требующее доказательств.

Дидактика, гомилетика и ораторика могут функционировать лишь при наличии четвертого вида речи, воплощающего в себе четвертую когнитивную стратегию. Назовем эту речь символиккой. Проповедь (в прямом смысле этого слова) невозможна без Писания — священного текста, в котором совмещаются метафорическая и метонимическая стратегии, что делает его символическим, семантически неисчерпаемым и логически терминальным. Для науки светским аналогом Писания является аксиоматика. Аксиоматика, например постулаты Евклида, — это тоже символика. Как и священный текст, она объединяет в себе свойства гетерогенности и гомогенности по отношению к описываемому объекту. Как гетерогенное образование она берется описывать его извне, но как гомогенное не может дать внешнего описания. Невозможность логического вывода аксиом показывает, что для них нет внешнего предиката, который бы объяснил их самих. Логический круг, рефлексивность, определение объекта через самого себя — это и есть свойства символа. Символика терминальна.

Дидактика всегда опирается на аксиоматику (символику). Даже ораторика ссылается на символику как на запас общих мест — тех же аксиом. Однако ораторика и гомилетика опираются на символику по-разному. Христианский оратор ссылается на евангельскую истину как на аксиому, но его речь не есть иллюстрация и приложение этой истины к действительности. В той же речи он может сослаться и на другую истину из того же источника. Проповедь же не просто ссылается на Писание, она разворачивает то или иное его положение, истолковывая через него жизнь.

Теперь можно более определенно высказаться и о гомилетике. Ее виды определяются видами символической речи. Церковная проповедь ссылается на Писание. Политическая проповедь — на конституцию как на текст, бес-

спорно, терминальный и символический. Научная «проповедь» — демонстрация возможностей, вытекающих из какого-то научного положения — опирается на аксиоматику. Можно представить себе судебную проповедь, развивающую какой-нибудь правовой сюжет, изложенный в соответствующем символическом тексте (возможно, той же конституции). Похоже, поле символики исчерпывается совокупностью священных текстов, научных постулатов и государственных текстов символического характера.

Как тип речи символика отличается двойной референцией. Она отсылает к действительности и в то же время репрезентирует сама себя, являясь автонимической речью. Актуализация автонимической референции осуществляется благодаря логической терминальности (парадоксальности/самоочевидности) этой речи. Высказывания, имеющие логическую структуру «А есть не А», а равно «А есть А», всегда стимулируют языковую рефлексию. Даже метафора или метонимия способны заставить воспринимающего задуматься о форме высказывания¹⁰. Речь же, построенная на символической стратегии, постоянно отсылает к форме, ибо форма является частью ее содержания. Двойная референция приводит к тому, что символическая речь служит не только содержательным образцом, но и источником речевых моделей — словесных формул. И гомилетика, и ораторика этими формулами активно пользуются. Пример тому не только библеизмы, но и афоризмы — например, аксиомы римского права. Аксиоматические формулы науки так же, как и библеизмы, обычно заучиваются наизусть и цитируются в доказательной речи.

Нейролингвистическая интерпретация системы

Четырем когнитивным стратегиям и четырем типам речи соответствуют глубинные различия на уровне протекания нейролингвистических процессов. Ораторика имеет дело с миром вероятностных оценок событий (было — не было, будет — не будет). Это означает, что у оратора активно задействованы те отделы головного мозга, которые эти вероятностные оценки осуществляют, — неокортекс и гиппокамп¹¹. Гомилетика имеет дело с миром предпочтений и мотиваций (какому желанию следовать) и связана с функционированием таких отделов головного мозга, как миндалина и гипоталамус. Метонимическая стратегия основана на вероятности, она состоит в поисках репрезентативных случаев, прощупывая действительность с помощью выборки. Метафорическая стратегия мотивационна, она задает рефрейминг, перегруппировывая факты действительности с помощью уподоблений.

Дидактика активизирует теоретическое мышление. Она «левополушарна»: представленная в ней информация дискретна и последовательна во вре-

¹⁰ Мысль о том, что фигура (троп) «описывает сама себя», то есть вызывает языковую рефлексию, встречается уже у Дюмарсе [12]. Однако в связи с введенным Р. Карнапом понятием автонимической речи мысль о двойной референции фигур (описывать мир и демонстрировать себя) получает более глубокое измерение. Наиболее нарочитые языковые конструкции — тропы, фигуры, парадоксы, тавтологии, каламбуры — приобретают способность к двойной референции.

¹¹ Эти данные заимствованы из трудов академика П.В. Симонова, автора информационной модели эмоций [14].

мени. Символика активизирует образное мышление. Она «правополушарна»: информация представлена в ней в континуальной и симультанной форме.

Система «символика-гомилетика-дидактика-ораторика» и ее инициирование

С риторической точки зрения, символика — самый слабый элемент системы. Непосредственно убеждающей силой обладают гомилетика, ораторика и дидактика. Символика не может состязаться с ораторикой в ясности, с гомилетикой — в уместности, с дидактикой — в логичности. Вопрос об уместности здесь вообще не стоит, так как символика априорна по отношению к любой коммуникативной ситуации, задана заранее. Вопрос о ясности снимается тем, что семантическая емкость символика оставляет широкий диапазон толкований для каждой реальной ситуации. Вопросы о логичности символической речи мы уже касались выше.

Существование символика поддерживается гомилетикой, ораторикой и дидактикой. Кроме того, оно обеспечивается внешней поддержкой, суть которой точнее всего передается термином «пропаганда». Обычно пропаганду отождествляют с убеждающей речью. Но в контексте нашей статьи это скорее способ функционирования, чем род убеждающей речи, что вполне отвечает реальной практике пропаганды. Суть пропаганды состоит в обыкновенном тиражировании символика. Это очень легко понять на примере символика невербальной, пропаганда которой осуществляется в таких репродуктивных действиях, как вывешивание флагов и эмблем, чеканка герба на деньгах и т. п. Все это — навязывание символов в той или иной «упаковке». Пропаганда может проникать и в дидактический материал, но это следует понимать не как смешение ее с дидактикой, а просто как экспансию последней, для чего оказываются пригодными и шоколадные обертки и детские кубики. Прямое же дело пропаганды — актуализация символика. Даже пропаганда науки связана не с логосными формами, а с демонстрацией научной символика.

Обычно существуют ритуальные формы пропаганды, связанные с календарем. Для священной символика — это литургия, для госсимволика — праздники и другие торжественные мероприятия, для символика научной — юбилейные мероприятия. Любопытно, что научная эмблематика отражает то, что в науке стало трюизмом и воспринимается аксиоматически, как, например, всюду охотно воспроизводимая модель атома Нильса Бора. Поддержание символика всегда требует экстрариторических и даже в значительной мере экстралингвистических усилий.

Момент инициирования символика весьма деликатен. Во-первых, само ее появление всегда является делом чрезвычайной значимости. Вспомним, с чем связано появление священных текстов. Во-вторых, в момент инициирования символика еще нет гомилетики и ораторики, на нее опирающихся и способных ее поддержать. Поэтому появление новой символика сопровождается появлением первогомилетики и первоораторики, отличающихся от обычной гомилетики и ораторики тем, что они выступают в метароли. Необходима не проповедь на основе символика, а проповедь, иницирующая саму символику. Необходима ораторика, но не пользующаяся кодом символика, а агитирующая за этот код. Иными словами, символика и как код, и как

сообщение становится объектом, соответственно, некой начальной ораторики и начальной гомилетики.

Начальная ораторика суть апологетика (в узком смысле — защита христианского учения от язычников). В широком смысле — это метаораторика, то есть убеждающая речь, направленная на внедрение новой символики. Это может быть и речь в защиту какого-либо положения новой конституции, и речь в пользу отмены пятого постулата Евклида. Апологетика должна верифицировать символические построения в феноменальном мире, к которому она обращена.

Соответственно, и начальная гомилетика суть метагомилетика, проповедующая новую символику, несущая ее как «весть» и сообразующая ее со старым этосом аудитории. Это может быть и проповедь христианства среди язычников, и проповедь новой конституции, и проповедь геометрии Лобачевского. От метаораторики метагомилетика будет отличаться тем же, чем вообще гомилетика отличается от ораторики: в ее основе будет лежать метафорическая стратегия.

Когда символика признана, начинается полноценная работа гомилетики, ораторики и дидактики. Гомилетика в этой системе ответственна за креативность, ораторика — за обратную связь с обществом, дидактика — за накопление знаний и логическую верификацию. Сама же символика отвечает за первичную концептуализацию мира. На вопрос, может ли эта концептуализация обойтись без символики, следует, по-видимому, дать отрицательный ответ.

Дело даже не в том, что первичная концептуализация мира в любой области жизни исторически всегда носила символический характер. Дело в том, что начальный семиотический процесс просто невозможно инициировать введением немотивированных знаков. Связь знака и значения изначально должна быть «естественной» (индексы по Пирсу), то есть смежностной, вроде движения замахивающейся руки как знака угрозы. Такие знаки, в самом деле, распространены в животном мире, и замечательнее всего то, что они участвуют в межвидовой коммуникации. Это ростки метонимической стратегии, связывающей знак с феноменальным миром, основа будущих ритуальных и этикетных действий.

Но метонимическая стратегия сама по себе неспособна дать толчок абстрактному мышлению. Невозможно с ее помощью связать «мир видимый» и «мир невидимый», физический мир и психические переживания. Только посредством синкретического единства иконичных и индексных знаков, метафорической и метонимической стратегий и можно отстроить первомир, отразить обратную связь с получателем сигнала. Такова, например, возможность жеста замахивания иконически (пропорционально) передавать интенсивность угрозы. Эмоция диаграмматически проецируется на действие. В этом механизм будущих фигур речи — этих синтаксических жестов.

Однако даже имея развитый язык, невозможно миновать создания символического текста, устного или письменного. Примеры устного бытования символического текста — миф и предание, являющиеся источником символики. Их символический характер состоит в некой одновременной принадлежности-непринадлежности к феноменальному миру. Нарушение в этом мире некоторых наблюдаемых законов («чудеса») отнюдь не следствие на-

учного невежества и не «отлет фантазии», но функционально оправданное размещение в одном пространстве и мира уподоблений, и мира смежностей, соединение образа (образца, отложившегося в памяти) и подобия (метафоры), без чего невозможна первичная концептуализация мира. Для язычника кентавр как символ всадника — это одновременно и сказка, аллегория, имеющая совсем иной, нежели реальная лошадь, онтологический статус, и реальность (он живет где-то на периферии мира или на заре времен, он потенциален и пребывает в пассивном запасе памяти). Это и есть миф, предание.

Из связи символики с гомилетикой вырастают целые жанры — хрестоматии, бестиарии, басни. Своеобразным складом метафор-антаподозисов (притчей с толкованием) является славянский «Физиолог», о котором речь пойдет ниже. Метафорический характер гомилетики делает ее открытой для гомилетической поэтики. Даже став собственно художественной, литература, ориентированная на проповедь, не теряет связи с символикой. Нравственная проповедь Толстого, Достоевского или Диккенса невозможна вне библейских мотивов, а эпитафии из Библии напрямую ставят их книги в ряд проповедей. Эпитафии и символические названия вроде «Воскресения» показывают, что речь идет не просто об отсылке к библейскому контексту, но об отсылке именно гомилетического типа, т. е. о проповеди на ту или иную тему.

Из связи символики с ораторикой вырастают иные жанры. Это сборники афоризмов, азбуковники, словари символов, глоссарии, обычные толковые словари. Ораторике символика нужна не как текст, а как код. Метонимический характер ораторики делает ее открытой для научной речи. Для ораторики не характерны эпитафии, но в ней очень развита система заголовков (особенно в газетной речи). Эксперт и аналитик уживаются (обычно плохо) в пространстве ораторики с журналистом и публицистом. В зоне же проповеди действуют политик и священник — фигуры, между которыми также возникает известное напряжение.

Из связи дидактики с символикой рождается герменевтика и филология со своей методикой и с теми же комментариями и глоссариями, что потребны и ораторике, но с установкой на тезаурус в обоих значениях этого слова. В свою очередь, ораторика пользуется школой и банками данных дидактики. Связь дидактики с ораторикой и символики с гомилетикой наиболее активна.

Дисфункции в системе

Источником энтропии в описываемой системе является переоценка той или иной когнитивной стратегии, ведущая к экспансии этой стратегии в несвойственные ей виды речи. Рассмотрим сценарии, порождаемые этой переоценкой.

Сценарий первый. Успехи гомилетики приводят к тому, что принципы проповеди переносятся в ораторику. Для говорящего это оборачивается неумением говорить с «чужими», вести диалог, потерей критичности, тенденциозностью, чреватой авторитарностью. Для слушающего это означает ситуацию, описанную Некрасовской формулой «что ему книжка ближайшая скажет». Истолкование печатного слова как истины в последней инстанции,

некритическое восприятие оратора в качестве проповедника, глухота к другим ораторам, еще не успевшим овладеть сердцем, — вот следствие гипертрофии гомилетической речи.

Перенесение принципов гомилетики в дидактику делает говорящих и слушающих нечувствительными к логосу. Дидактика становится пафосной, а научные истины поверяются «сердцем». Аксеологическая экспансия разрушает таксоны, вызывает логические шатания и противоречия в терминосистемах. Искусство дефинирования в такой ситуации превращается в изощренную софистику, а научные ссылки приобретают декоративный характер.

Но нарастание энтропии этим не исчерпывается. Лжеораторика и лжедидактика оказывают обратное воздействие на символику. Ее вольно или даже невольно расшатывают самозванные гомилеты, ибо не имеют с нею той естественной связи, тех устоявшихся традиций толкования символа, какие имеет проповедник. Ораторика в одежде гомилетики размывает символику, плодит «ереси». Дидактика в облачении гомилетики ее попросту компрометирует. Подавление логоса, в принципе неподавляемого, в конечном счете приводит не к «ценностной» науке, а к суду над ценностной системой (символикой) с позиций науки. Этим компрометируется уже сама символика. Утрата же символики или эклектизм в ней означают распад всей системы.

Сценарий второй. Большие успехи ораторики в культуре провоцируют перенесение ее принципов в гомилетику. Проповедь становится приземленной, говорящий как бы сходит с амвона, суетливо реагируя на поведение аудитории. Зависимость проповедующего от аудитории превращает его в популиста, речь его десакрализуется. Слушающие реагируют на снижение статуса проповедника «встречными» проповедями в полном соответствии с правилами ораторского дискурса.

Перенесение принципов ораторики в дидактику ведет к узкой утилитарности, к «свободе» от фундаментальных знаний, которые третируются как схоластика. Прагматика врывается в классификации и вырезает из логических деревьев только те ветви, которые считает нужным. Происходит утрата цельности знаний. И все же этот сценарий дисфункций менее, нежели первый, опасен для самой символики, которая остается естественным ограничителем распада. Правда, экспансия ораторики может обратиться и на саму символику, что приведет к ее множественности, то есть к распаду ее как системы, возникновению «сектантства».

Сценарий третий. Успехи в области дидактики могут стимулировать критику символики с дидактических позиций. Это самый короткий путь к распаду всей системы убеждающей речи. Дидактика, взявшая на себя функции символики, не в состоянии поддержать гомилетику и даже ораторику ввиду полного релятивизма и отсутствия притока идей и фактов.

Сценарий четвертый. Экспансия символической стратегии в другие виды убеждающей речи приводит к тому, что в психиатрии принято называть гиперсимволизмом. Во всяком случае, вторжение символики в сферу действия этих других видов убеждающей речи несовместимо с адекватным восприятием мира, так как, являясь совершенно необходимой для его первич-

ной концептуализации, символика в непосредственном виде непригодна для дальнейших шагов в его понимании и описании.

Описанные дисфункции имеют имманентные причины. Но легко представить себе причины экстралингвистические. В этом смысле самым опасным для системы убеждающей речи является утрата символика. Можно смело утверждать, что вся система живет только в той мере, в какой жива символика. Экстралингвистическое блокирование ораторики, (например, в условиях полного тоталитаризма) вызовет болезненное развитие гомилетики, и далее система убеждающей речи будет разрушаться по сценарию, соответствующему этой гипертрофии. Блокирование гомилетики, что можно вообразить скорее теоретически, чем практически, вызовет к жизни второй сценарий, связанный с гипертрофией ораторики. Блокирование дидактики, возможное лишь в условиях вражеской оккупации, прекратит пополнение знаний, пресечет их трансляцию и приведет к деградации всей системы.

Надо сказать, что все эти мрачные сценарии существуют лишь как экстремальные возможности, хотя некоторые из них имели историческую реализацию. Все же в реальности деструктивным процессам, как правило, противостоят конструктивные, а кроме того, деструкция сталкивается с самоограничениями. Так, в нормальных условиях оратор, усвоивший тон проповедника, не будет принят всерьез, а если и будет, то само обилие таких самозванцев выступит в качестве регулятора самозванства как института. Таким образом, описанная нами система представляет собой гомеостаз, т. е. обладает свойством саморегуляции и поддержания различных параметров в определенном диапазоне.

Контекст

Изложенная выше схема есть лишь принципиальная модель функционирования убеждающей речи. В действительности же все, разумеется, выглядит сложнее. Первая итерация в приближении к этой действительности состоит в признании того факта, что убеждающая речь существует не в вакууме и есть диффузные формы, в которых она сливается с другими видами речи. Это соображение касается, в первую очередь, привлекающей речи. Уже у Квинтилиана намечается дихотомия: «убеждать» - «успокаивать»¹². И то, и другое он рассматривает в рамках риторики. Но именно эта дихотомия реально разделяет зоны интересов риторики и поэтики. Речь может не убедить, но произвести приятное впечатление, «успокоить». В этом случае возникает потребность в возобновлении этой «приятной» речи (художественные сочинения перечитываются гораздо чаще, чем сочинения риториков), рождается симпатия к ее адресанту и даже «зависимость» от очаровывающих слов («власть поэта над толпой»). Однако все это уже не имеет отношения к

¹² Квинтилиан указывает на различие между двумя задачами: убеждать (*persuadere*) и успокаивать (*delectare*). Правда, и то, и другое он считает желательным для оратора: «...мы же, ораторы [в противоположность поэтам], сражаемся на поле битвы... и должны бороться за победу. Но я хочу, чтобы оружие оратора не было ржавым, чтобы оно сверкало, как сталь, ослепляя глаза и умы противника своим сверканием, и не уподоблялось оружию, сделанному из серебра или золота, оружию, опасному для того, кто его носит, а не для врага». Однако метафора золотого оружия ставит явный водораздел между поэтом и ритором.

риторике и убеждению. Разграничение «услаждения» и убеждения и социальная роль «услаждающей речи» — тема нашего специального исследования, здесь же отметим лишь то, что это разграничение зиждется на противопоставлении таких качеств речи, как ясность и красота, и на различении красоты речи как следствия гармонии между планом выражения и планом содержания и красоты речи как следствия чистой гармонии в плане выражения (эвфонии и эвритмии).

Может возникнуть иллюзия, что «привлекательная речь» в состоянии заменить символику. Но это не так. Внутри самой «привлекательной речи», конечно же, существуют аналоги ораторики, гомилетики, символики и даже, в какой-то мере, дидактики. Эти аналоги отыскиваются без особой натяжки, так как общеизвестно тяготение лирики к метафорике, а эпоса к метонимике¹³. В качестве символики для обоих родов литературы выступает мир архетипов, транслируемых, по-видимому, не только через лингвистический, но и через генетический канал. Мир этих архетипов по мере развития устной и письменной словесности пополняется фольклорными образами и образами из «классики». Метафоре, метонимии и символу противопоставит кириология (античный термин, встречающийся у Трифона), или автология (современный термин), т. е. употребление слова в прямом значении, не фигуральная речь. Кириология — это «властная» (по этимологии термина), прямая, «не повернутая» (в отличие от «тропоса» - «поворота») речь¹⁴. В этом смысле зона кириологии — драма. Аналогия неполна, так как в драме не эксплуатируется гиперо-гипонимическая стратегия. Но и здесь не все так просто. Вспомним философские диалоги Платона, которые сегодня играют как драму. Вспомним и о взаимном притяжении драмы и школы, проявившемся в феномене школьной драмы.

Диффузность услаждающей и убеждающей речи проявляется и в том, что изящная словесность всегда решает не только поэтическую, но и риторическую задачу, задачу раскрытия авторского замысла, т. е. разъяснения некой вторичной действительности, «убеждения» в ней. Еще более охотно художественная словесность в своей эпической форме берет на себя задачи гомилетики. Моралистический эпос аналогичен ораторике внутри услаждающих речей, но выполняет функции гомилетики внутри речей убеждающих. Это означает, что на мир художественных архетипов он ссылается так же, как оратор на символику (заимствует единицы кода), а на мир морали-

¹³ В названной выше статье Р.О. Якобсона с метафорой соотносится поэтическая, а с метонимией — прозаическая речь [2, с. 130]. Для поэзии линия метафоры естественна, метонимия приходит в поэзию позже, с метонимией связана прозаическая речь, где картина зеркально противоположна. Но с метафорой связана не просто поэтическая, а именно лирическая речь, так как внутреннее переживание находит выход в уподоблениях (начиная с древнейшего психологического параллелизма), а эпическое описание связано с отбором фактов. Ср., например, роль этикетных формул в древнерусских воинских повестях.

¹⁴ В первом веке до н. э. Трифон в самом начале трактата о тропах разделяет два вида речи (φρασις): «кириология» и «троп» [15]. Термин «автология» в противоположность «металогии» можно найти в современных словарях (например, [16]).

стической символики — как проповедник на Писание. Памфлет, взятый как убеждающая речь, решает задачи ораторики, сам же он как услаждающая речь может к ораторике и не относиться (например, памфлет лирический). Диффузность услаждающей и убеждающей речи осложняется, с одной стороны, феноменом полифункциональности средневековой литературы, в которой художественная словесность не выделялась как самостоятельная, с другой — феноменом экспериментирования в области современного художественного творчества, когда изящная словесность вновь стремится к слиянию со словесностью вообще.

Второе приближение к реальности в рассмотрении функционирования убеждающей речи связано с парасимволикой. Как первичное средство концептуализации символика отличается не только семантической емкостью и степенью свободы трактовок, но и семантической определенностью, «эталонностью». Поэтому канонизация — естественная для символического текста судьба. Если к той степени свободы, которую дает символ, добавить множественность самих символических систем, символика станет дисфункциональной. Отсекая апокрифы, церковь канонизировала не только символику, но и литургику. И так поступает не только церковь. Вокруг символики ширится зона образцов. Степень их жесткости убывает при движении от центра к периферии, т. е. к другим видам убеждающей речи. Так, наименьшей жесткостью отличаются хрестоматии и рекомендательные библиографии. Но угроза дисфункциональности существует и на периферии, поэтому вместе с жесткостью должен убывать и символизм.

Выше уже упоминался «Физиолог» — своеобразный древний атлас животных и растений. Всем собранным в нем сведениям о феноменальном мире в обязательном порядке дается метафорическая трактовка. «Физиолог» есть нечто среднее между дидактикой и гомилетикой, это гомилетические заготовки, база данных для притчей. Читатель узнает из него, что лев «имеет три естества» (три метафорических свойства), одно из которых состоит в том, что львица рождает львенка мертвым, а на третий день лев вдует в него жизнь. Ниже поясняется, что это аллегория крещения. Два рога утрома (антилопы) суть два завета, купание орла в озере — очищение от грехов и т. п. Здесь еще нет дисфункции, поскольку речь идет не о символике, а о метафорике. Во всех этих примерах в левой части сравнения называется феномен природного мира, в правой — мира этического. Но в составе «Физиолога» есть и символы. Это, например, рассказ о фениксе. И дело не в сказочной природе самого феникса, а в том, что этические категории упоминаются уже в левой части: феникс сжигает себя на алтаре. В притче о фениксе встречаются слова, связанные с отправлением культа. В то же время в других случаях, рассказывая о льве, утrome и т. д., автор «Физиолога» подчеркнуто далек от интересующей его проблематики. Христианство, церковь, вера, крещение, грех фигурируют только в истолковании притчей. Феникс же из басенного пространства помещается автором в мир религии и истинных ценностей. Феникс уподобляется Спасителю, но уподобление это скорее символическое, чем аллегорическое. Более того, неверие в феникса объявляется равносильным неверию в Христа, и пассаж заканчивается не столько даже истолкованием притчи, сколько обвинением против иудеев, не поверивших в Спасителя. «Неверие» — та интегральная сема, тот инвариант, который не под-

лежит перетолковыванию. Мир человека, который в основных текстах «Физиолога» дается лишь в «морали» этих своеобразных басен после обязательной формулы «такожде и ты, человек», вводится здесь в рассказ о самом фениксе. Такие метафоры, переросшие в символ и основанные на смешении гомогенности и гетерогенности (а в «Физиологе» имеются и другие подобные фениксу примеры¹⁵), превращают текст в парасимволику. Так вокруг символов вырастает апокрифическая оболочка.

По-видимому, это вполне нормальный процесс образования зоны «предания» вокруг зоны «писания». Но иногда апокрифичность, невключенность в канон, выталкивает символические сюжеты в зону ораторики или даже дидактики. Это дискредитирует символику. Над «Физиологом» как источником реальных знаний о мире смеялись и в девятнадцатом и даже в двадцатом веке. Гиляровский, говоря о невежественном представлении о слонах, явно имеет в виду представления, почерпнутые из «Физиолога», хотя и не ссылается на него как на первоисточник. Вообще, вся тема «невежества церковников» и «темноты религиозных представлений» порождена дидактическим прочтением символики, во многом спровоцированной экспансией апокрифической оболочки. Но то, что верно относительно религиозной символики, в принципе верно и относительно символики общественно-политической и даже научной. Паранаука опирается не на факты, которые, как она сама постулирует, не укладываются в научное видение мира, а именно на парааксиомы. Это видно по вовлеченности в паранауку лиц, не связанных с научным сообществом и не проявляющих никакого интереса к науке как таковой. Паранаука — это вопрос веры, шагнувшей за пределы научного символа веры.

Третья и самая любопытная итерация — попытка утверждения символики «снизу». Это то, что в теории коммерческой рекламы (а сегодня уже и в теории политической рекламы) называется борьбой за «бренд». Всякая символика, будь то Библия, конституция или аксиоматика, описывает универсум. Ущербность апокрифа в том и состоит, что он не в состоянии описать всего универсума. Летающая тарелка не дает целостной картины мира. Что же такое «бренд»?

Реклама — типичный случай ораторики. Рекламодатель уговаривает потребителя приобрести товар. Если исходить из классификации Аристотеля, это красноречие совещательное. Но и товарный знак (эмблема), и слоган выходят за пределы ораторики. Они претендуют на то, чтобы править код. «Бренд» на какой-нибудь товар — это репрезентант всего данного вида товаров или услуг. Это Ромео и Джульетта как символ влюбленных, то есть троп антономасия. «Ксерокс» воспринимается уже не как название конкретной фирмы, а как название всякого устройства для копирования независимо от фирмы, его производящей. Для лексикологии это тривиальный факт расширения значения слова, но для фирмы создание «бренда» означает качественно иное существование. В нашей терминологии — это путь из метонимии

¹⁵ В «Физиологе» преобладают аллегории, но встречаются и символы, это статьи о фениксе, о горгоне. В некоторых статьях можно говорить о движении от аллегоричности к символичности, как, например, в статье о горлице.

ки в символику. Но оратора не в состоянии сформировать символический код. Она формирует некоторую околосимволику, открытые списки метонимий — кандидатов в символы. Феномен этот сам по себе чрезвычайно интересен. Любопытно также поставить вопрос и о том, есть ли вообще у торгово-рекламного дискурса собственная символика.

Драма русского дискурса

Когда мы говорили о дисфункциях в системе убеждающей речи, связанных с гипертрофией гомилетического начала, читатель не мог, по-видимому, не узнать в этом описании нашей национальной ситуации. Однако это лишь диспозиция к той драме, которая разыгрывается в русском общественном дискурсе сегодня. Попробуем сначала углубить диспозицию, а затем раскрыть эту драму во всей ее полноте.

Некая модель реакции на избыточный, можно сказать, несанкционированный гомилетизм содержится уже в знаменитой переписке Ивана Грозного с Андреем Курбским. Оба автора не столько спорят между собой, не столько даже апеллируют к третьей стороне (эту переписку не без основания сравнивают с практикой «открытых писем»), сколько читают друг другу мораль, проповедуют. Но диалог проповедников — абсурд, и авторы это чувствуют. Каждый из них, особенно Иван Грозный, сопротивляется монологической интенции собеседника, то есть реагирует на неправомерное введение в ораторику гомилетической стратегии. Монологизм подрывается активным использованием приемов сермоцикации (введения чужой речи, процитированной или виртуальной) и мимесиса (в узко риторическом смысле — переразличивания чужой речевой манеры). Чужое слово (например, такой вполне проповеднический оборот из послания Курбского, как «совесть прокажена») обильно цитируется, высмеивается и повторяется на все лады. Неслучайно то, как обращаются авторы с чужим словом, напоминает о знаменитом приеме остраннения.

С бунтом против монолога принято связывать и появление одного из самых мощных концептов современной лингвистики — диалогизма, позволившего в риторическом мимезисе усмотреть полифонию. И все же в диалогизм должно включаться, по-видимому, и представление о способности (причем реализованной) вести диалог. Комплиментарно высказываясь о диалогизме, присущем нашей культуре, мы правы в том смысле, что русский дискурс не одобряет речевой агрессии, но это связано не только с повышенной деликатностью и саморепрессией его участников, что, бесспорно, имеет место, но и с тем, что наша ораторика и сегодня обращена преимущественно к своим. Со своими не говорят жестко, а с чужими не говорят вовсе, говорят лишь со своими о чужих. Говоря же о чужих, их превращают в персонажей проповеди. Бахтинский «другой» оказывается не партнером в диалоге, а лубочным героем в раешнике, разыгранном автором текста. Отсюда исключительная любовь русской ораторики к мимезису и карикатуре, заменяющим разбор доводов противника, а при утрате общей символики — к остраннению и к так называемому «стебу».

Эффект остраннения по самой своей сути эффект проповеднический. Он имеет ту же природу, что и рефрейминг. Автоматизм восприятия снимается, дабы паства (слушатели, читатели, пациенты) увидела действитель-

ность под новым углом зрения. Этим эффектом охотно пользовались писатели-проповедники, например, Лев Толстой, давший остраненное восприятие города, войны, театрального искусства, светской жизни, отправления церковных обрядов, врачевания больных и многого другого. Всякий раз в основе приема остранения лежит «наивное» воспроизведение внешних форм жизни, игнорирующее скрытые смыслы, особенно смыслы символические. На уровне языка это проявляется в замене терминов бытовыми перифразисами. Суть такого остранения если не в отрицании символики, то в отрицании принятых ее трактовок, в разрушении традиционных смыслов, устойчивой связи означающего с означаемым. Это, действительно, своеобразный рефрейминг — антиузузное действие, нацеленное на общественную терапию.

От рефрейминга принципиально отличается феномен нравственно амбивалентной иронии — «стеба». Это уже не спор проповедников между собой, а глобальное отрицание гомилетики, являющееся неизбежной реакцией на избыток гомилетических речей и падение авторитета символики. Производящий рефрейминг берет на себя ответственность, во-первых, за правильное понимание самого фрейма воспринимающей стороной (врач-психотерапевт должен знать психологию больного, писатель-реалист — описываемую действительность), во-вторых, за этическую безупречность позиции, выраженной в рефрейминге. Прибегающий к «стебу» не только не обязан иметь своей точки зрения, но в общем-то не обязан и понимать, о чем идет речь. Именно поэтому к «стебу» так охотно обращается подростковая субкультура. Если сатирик высмеивает тот мир, который прекрасно знает, и знание это обязан демонстрировать в подтверждение права на свою позицию, то подросток смеется над миром, которого, в силу своих возрастных особенностей, не знает и знать не может. Это особый смех («прикол»), имеющий мало общего и с сатирическим смехом, и с «народной смеховой культурой», рожденной в поле напряжения между христианской и языческой символикой.

Драма российского общественного дискурса разыгрывается под знаком резкого дефицита символики, былой любви к проповеди и мощной отрицательной реакции на ту же проповедь, причем крайней формой этой реакции является абсолютно деструктивный «стеб». При этом отдельные виды убеждающих речей теряют свою естественную связь друг с другом. Особенно незавидная роль отводится дидактике. Не только диалектико-материалистическая научная символика, но во многом и позитивистская аксиоматика и аксиоматика, основанная на историзме, значительно расшатаны. Современная информологическая аксиоматика лишь заполняет некоторые лакуны. Не прояснена и связь дидактики с религиозной символикой. Нет ни внятной концепции образования, ни внятной концепции науки. Парадидактика (история от Фоменко, уфология и проч.) пышным цветом расцветает в мире ораторики, внося свою долю в энтропию вселенной. Гиперопонимическая основа дидактики к тому же испытывает давление и со стороны прагматики (логика предмета может не совпадать с логикой практической пользы), и со стороны научного плюрализма (научные метафоры и аксиоматики находятся в состоянии свободной конкуренции). Возрастающий спрос на словари и справочную информацию и падение спроса на всевоз-

возможные интерпретации — вот реакция на расшатывание родо-видовой основы дидактической речи. Словарь и справочник стали последним прибежищем дидактики. Однако и это прибежище нельзя назвать спокойным, особенно в связи с тенденцией к сближению энциклопедических и лингвистических словарей.

В ораторике СМИ преобладает обращение к сочувствующим. При этом журналисты обычно не прочь воспользоваться наработанным путем «стеба» даже тогда, когда говорят о том, что для них самих и сочувствующей им аудитории должно быть свято. Особым прибежищем такого стиля становится газетный заголовок, строящийся по схеме деформации идиомы и превращающийся в популярный в брежневскую эпоху жанр юмористики — «фразу». Таким же безадресным комизмом пользуется и коммерческая реклама. Реклама, и коммерческая, и политическая, — жанр ораторский по определению. Она не может ограничиться обращением только к единомышленникам. Оба жанра — и заголовок, и реклама — бурно развиваются. При этом коммерческая реклама идет по линии копирования западных образцов и часто переходит ту грань речевой агрессии, которая санкционирована русской культурой. Политическая реклама также испытывает трудности в риторической легитимизации своих действий, будучи не в состоянии отделаться от закрепившейся за ней небезосновательной репутации «грязной технологии», иными словами, грубого манипулирования. Испытывая дефицит в символике, авторы предвыборных листовок без разбора используют как советские, так и антисоветские штампы, причудливо смешивая их в пределах одного текста, что особенно ярко проявляется в чрезвычайно любопытном жанре политической биографии кандидата на тот или иной пост.

Гомилетические жанры, за исключением самой церковной проповеди, выглядят в нашем общественном дискурсе весьма бледно из-за отсутствия символических тылов и общественной оскомины на гомилетическую речь. Ряды признанных авторитетов тают, ряды нигилистов, напротив, ширятся. Нет, например, общепризнанных мастеров эссе. Даже художественная гомилетика — лирика — превращается в весьма малопопулярный вид словесности.

В области политической символики положение еще сложнее. Во-первых, у нас в ее целостном виде (а другого у символики быть не может) осталась советская символика, но значительно растратившая свой былой авторитет. Она никак не связана с дидактикой, однако продолжает питать, правда, не вполне последовательно, вялую коммунистическую гомилетику и наталкивается на насмешку в ораторике. Во-вторых, функционирует символика либерально-западная, которая на русской почве является не столько символикой, сколько метафорикой, так как в ней ослаблен гомогенный элемент. В-третьих, предпринимается попытка восстановить русскую символику, чему препятствуют как субъективные факторы, связанные с общим падением гуманитарной культуры и примитивными представлениями о собственном прошлом и настоящем, так и факторы объективные, сопряженные с древней диглоссией и разрывом между святоотеческой и классической русской литературой.

Риторика как лингвосоциология

Социолингвистика, изучая связь языка и общества как фактически гетерогенных образований, обращается к методам и концептам социологии. Но понимание языка, исходящее из представлений об автоморфизме языка и общества (в наших терминах языка как символа социума), позволяет говорить о новой научной дисциплине — лингвосоциологии, использующей методы и концепты лингвистики для изучения общества и, в первую очередь, языка как средства, поддерживающего общественный гомеостаз. Можно утверждать, что лингвосоциологический подход востребован сегодня как никогда. Ядром этого подхода должна стать риторика, понимаемая как наука об убеждающей речи и системе убеждающих речей, функционирующей в общественном организме.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вахек Й. К проблеме письменного языка // Пражский лингвистический кружок. М.: Прогресс, 1967.
2. Якобсон Р. Два аспекта языка и два типа афатических нарушений // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990.
3. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М.: Добросвет, 1999.
4. Κοκοῦδριου περὶ τροπῶν // Spengel L. Rhetores Graeci ex recognitione. Vol. III. Lipsiae: Teubner, 1856.
5. Γρηγορίου του Κορινθίου περὶ τροπῶν // Spengel L. Rhetores Graeci ex recognitione. Vol. III. Lipsiae: Teubner, 1856.
6. Мегентесов С.А., Хазагеров Г.Г. Очерк философии субъектно-предикатных форм в языковом и культурно-историческом пространстве. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1995.
7. Бычков В.В. Образ как категория византийской эстетики // Византийский временник. 1973. Т.34. С. 151-168.
8. Бычков В.В. Эстетика поздней античности. М.: Наука, 1981.
9. Хазагеров Г.Г. «Об образах»: Иоанн, Хировоск, Трифон // Известия РАН: Серия литературы и языка. 1994. № 1. С. 63-71.
10. Schofer P., Rice D. Metaphor, metonymy, and synecdoche revis(it)ed // Semiotica. 1977. Vol. 21. P. 121-149.
11. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990.
12. Dumarsce C. De tropes. Paris, 1918.
13. Белошанка В. Мир как информационная структура // Информатика и образование. 1988. № 5. С. 3-9.
14. Симонов П.В., Еришов П.М. Темперамент. Характер. Личность. М.: Наука, 1984.
15. Τρυφῶνος περὶ τροπῶν // Spengel L. Rhetores Graeci ex recognitione. Vol. III. Lipsiae: Teubner, 1856.
16. Квятковский А. Поэтический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1966.