



## РИТОРИЧЕСКИЙ ПЕРФОРМАНС КАК ФАКТУРА МЕДИЙНОГО СОБЫТИЯ

### A RHETORICAL PERFORMANCE IN MEDIA STORY

**Л. Н. Синельникова**  
**L. N. Sinelnikova**

*Гуманитарно-педагогическая академия, Россия, 298635, г. Ялта, ул. Севастопольская, 2*

*Pedagogical Academy of Humanities, 2, Sevastopolskaya Str., Yalta, 298635, Russia*

*E-mail: prof.sinelnikova@gmail.com*

*Ключевые слова:* риторические приёмы, риторический перформанс, контент-технологии, медийный сюжет, провокативный дискурс, агональная коммуникация.

*Keywords:* rhetorical devices, rhetorical performance, content technologies, media story, provocative discourse, agonistic communication.

*Аннотация.* В статье рассматриваются особенности сюжета и языка авторской программы Константина Сёмина (телеканал «Россия 24»). Интерактивно-аналитические установки автора реализуются в условиях максимального использования риторического резерва, что позволяет квалифицировать рассматриваемый дискурс как риторический перформанс. Риторические приёмы интенсифицируют коммуникативные действия ведущего, осуществляемые без прямого участия зрителей, обнаруживают особенности мыслеролевого действия журналиста, способствуют оптимальной передаче социальной позиции

*Resume.* The article considers the peculiarities of the plot and language of Konstantin Semin's program (TV channel «Russia 24»). Interactive-analytical intentions of the author are implemented in terms of the maximum use of rhetorical reserve that allows to qualify the discourse as a rhetorical performance. Rhetorical devices, carried out without the direct involvement of the audience, intensify the communicative actions of the moderator, find implicit features of journalists' actions, and promote public display of a social position.

Существенной составляющей современного телевизионного мейнстрима являются многочисленные ток-шоу: «Политика» (Пётр Толстой), «Право знать!» (Сергей Минаев), «Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым», «Специальный корреспондент» (Мария Ситтель, Аркадий Мамонтов и др.), «Список Норкина» (Андрей Норкин) и множество других. Представляя собой интерактивно-аналитический дискурс, ток-шоу имеют ряд институциональных признаков: сценарный инвариант, прямое участие в дискуссии зрителей, провоцирование конфликта мнений, исчисляемая типология включения в диалог ведущего программы. В то же время ведущий ток-шоу журналист – модератор содержания и формы коммуникации, и каждая авторская программа несёт отпечаток его личности.

Прямое участие зрителей или их отсутствие – принципиально значимый фактор, влияющий на модели поведения ведущего, на выбор способов привлечения внимания аудитории, на меру ответственности за сказанное.

Авторская программа Константина Сёмина «Агитпроп» – пример интерактивно-аналитического дискурса, организованного без прямого участия зрителей. Точка зрения зрителей остаётся за кадром. Комфортность монолога – в невозможности коммуникативного саботажа как противодействия авторскому слову, игнорирования сказанного, уклонения от общения и под. [1; 2].

В название программы включены два понятия: агитация и пропаганда, каждое из которых имеет «груз» разноплановых коннотаций. Очевидна идиоматическая объединённость понятий, что и отражено в словосложении «агитпроп». Пропаганда – дословно «подлежащее распространению». В современном политическом дискурсе установилось понимание пропаганды, с одной стороны, как необходимого обществу распространения взглядов, фактов, аргументов в защиту определённой идеи, с другой – как способа культивирования заведомо ложных сведений, манипуляции общественным мнением и сознанием с помощью полуправды, слухов, домыслов или просто лжи. Понятна смелость и известный риск журналиста нейтрализовать отрицательный сегмент коннотации, оставив смысловой компонент «глубокое и детальное разъяснение» как эффективный способ агитации.



Сюжет программы основывается на событии, о котором зрители могут знать из других источников или не знать вовсе, но в любом случае событие актуализируется фактом проявленного к нему внимания и становится медиасобытием. Но, чтобы стать таковым, референтное событие должно трансформироваться в событие-речь, коммуникативное событие. По траекториям и результату преобразования можно судить о когнитивном ресурсе автора и исполнителя программы, выстраивать его речевой портрет.

Для конструктивной пропаганды и успешной агитации нужна чёткая цель и необходимый для её реализации набор средств. Выбор контент-технологий (совокупности вербальных и невербальных средств для целенаправленного управления аудиторией, воздействия на неё) определяет индивидуальный почерк журналиста в подаче материала.

Исследователи справедливо обращают внимание на резервы риторики как технологической основы прагматической успешности публичного выступления [3; 4]. Риторические приёмы интенсифицируют коммуникативные действия говорящего, помогают создать интерактивную среду без присутствия зрителей и одновременно обнаруживают особенности мыслеролевого деятели автора, его мировоззренческие приоритеты, жизненную позицию, способность её утверждать и защищать. Риторический ресурс лежит в основе контент-технологий политически ориентированной программы, особым образом организуя смыслы по шкале: свои – чужие, герои – антигерои, правда – ложь.

Телевизионное слово – разновидность ораторского (публичного) искусства. В тренингах по риторике обращается внимание на важность импринтинга – первого впечатления о выступающем, складывающемся из визуального восприятия (поза, мимика, манера держаться, стиль одежды) и оценки первой фразы, которая должна удержать внимание аудитории, создать ситуацию первоначального интереса. Журналист есть то, что и как он говорит. Искусство первой фразы классическая риторика, равно как и современная риторика, определяла как особо значимый сегмент. *«Нас не интересуют голые факты. Нас интересуют причины и следствия. Правда всегда одна. Здравствуйте!»* – так начинается каждая программа К. Сёмина. «Голые факты» отвергаются, декларируется интерес к причинам и следствиям, то есть к аналитике в разных её проявлениях – философском, историческом, политическом, психологическом. «Правда всегда одна» – рискованное утверждение: правда, как известно, категория альтернативная и амбивалентная. Но здесь автор в полной мере использует возможности устной речи – интонации и ритма, утверждая в сознании зрителей безальтернативность заявленной формулы. Местоимение «нас», с которого начинается первая фраза, столь же безальтернативно (читай: манипулятивно) соединило говорящего и слушающих в единое поле желания узнать и принять правду. «Правда роли» (Н.Д. Арутюнова) обозначила позицию автора в шкале «безусловная достоверность – проблемная достоверность – безусловная недостоверность» [5]: всё, что будет сказано, – безусловная достоверность.

Риторический закон «края речи» требует внимания и к заключительной фразе. *«Мир вашему дому!»* – пожелание, в котором кроме доли пафоса есть и смысловая многозначительность при условии знакомства зрителей со стихотворением В.С. Высоцкого «Як»-истребитель (в стихотворении такая форма пожелания представлена как эмоциональный лейтмотив).

Риторика, будучи выразителем идеологии говорящего и технологической конструкцией, определяющей отношение журналиста к слову, организует медиасобытие как перформанс (performance – англ.: исполнение) – интенсивное коммуникативное действие автора, переосмысление события через разнообразные речевые формы, что особенно значимо в условиях «сжатого» текста (передача длится в среднем 8 минут). Риторический перформанс создаёт новую фактуру медийного события, превращая ведущего в перформера – лицо, оптимизирующее публичную речь для реализации замысла. Перформер организует предлагаемую зрителю информацию в варианте «всё сразу»: событие, его оценка, дискредитация оппонентов, исторические параллели, прогнозирование развития ситуации, подключение оптических знаков и т.д.

События на Украине – основная интрига «Агитпропа», и речевые действия автора программы по большей части представляют собой провокативный дискурс, если понимать технологию провоцирования в условиях массовой коммуникации как установку на уподобление «внутреннего состояния потребителя информации состоянию говорящего и создание вследствие этого благоприятной психологической основы для корректирования и регулирования психического состояния провоцирования» [6, с. 3]. Активное использование воздействующего потенциала риторических приёмов – одна из технологий провокативного дискурса.



Каждый риторический приём в отдельности участвует в интерпретации обсуждаемого события данными ему от природы свойствами, но риторический перформанс – это совместное действие приёмов, их взаимовлияние, создание поля иррадиации (иррадиация здесь: распространение, расширение процесса интерпретации). Перформанс – это и обилие тропов, нередко в их совмещённости: метафора, аллюзия, антитеза, градация, гиперболы и т.д. Создаётся общая смысловая сеть, сплетаемая коннотациями используемых приёмов. Реестр риторических приёмов велик [7], их выбор, иерархическая расстановка важны для понимания авторской интенции.

Особое место в комплексе «влиятельных» риторических приёмов занимает ирония. Ирония традиционно определяется как оборот речи, в котором смысл не выводится из значения используемых слов. Философско-феноменологический анализ иронии ориентирует на её понимание как способа мышления о мире, специфически вербализованного опыта познающего сознания. Традиция дефиниций фигур речи очевидно тормозит необходимость более адекватных осмыслений иронии и иронического мышления с учётом достижений дискурсологии. Ирония дискурсивна, поскольку приобретает смыслообразующие свойства в социокультурном контексте, в условиях интертекстуальных (интердискурсивных) связей, и её лингвистический уровень тем или иным образом согласуется с языковым сознанием адресата, которое, в свою очередь, обусловлено особенностями социального времени. Как метаприём, ирония рождает характерное для риторического перформанса концептуальное «эхо»: всё окрашивается особым рода оценкой – иронической.

Ироническая модальность – одно из характерных свойств современной журналистики. Иронизация медийных жанров (вплоть до новостных) проявляется в иронических репликах-комментариях, нередко в подхватываемой аудиторией иронической афористике. Через иронию происходит диалог смыслополаганий, и результирующий смысл «обретает полноту только в сопряжении ментальных сценариев» – ведущего программу и слушателей [8]. Ироническая интерпретация политического события превращает его в медиатекст. Вполне оправданным является включение в учебный план курса «Ирония в журналистике» (Московский институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова).

Ирония квалифицируется как коммуникативная тактика современного журналиста, способ социальной оценки того или иного явления, форма передачи ценностной ориентации говорящего, рассчитанная на перлокутивный эффект. Иронический компонент речевых действий входит в структуру языковой (дискурсивной) личности журналиста, избегающего прямых оценок и пафоса. «Ироническая интерпретация политического события, то есть его трансформация в медиасобытие, ироническую авторскую модель действительности, полученную в процессе журналистской деятельности, предполагает осознание неоднозначности, диалектичности политических процессов» [9]. В программе К. Сёмина ирония является носителем категорической оценочной однозначности, сохраняя ментальную матрицу ведущего: мы – они. Ирония по определению исключает инвективы прямого говорения, но от этого оценка не становится менее выраженной. Дискредитация через иронию может оказаться куда более действенной, чем прямое оскорбление.

Приведём несколько примеров, обнаруживающих свойства риторического перформанса («Кровь и шоколад Порошенко». Вып. 6, 30 мая 2014 года).

*22 июня прошлого года в своей резиденции в Виннице хозяин конфетной империи президент Пётр Порошенко презентовал грандиозное мультимедийное шоу под названием «Лебединое озеро. Фантазия» – референтное событие, которое далее будет включено в интерпретирующий контекст, в том числе с помощью риторических приёмов оценочного характера.*

*После украинской резиденции Гитлера, ставки вервольф, фонтан – главная достопримечательность Винницы, как и хозяин фонтана, объявленный накануне президентом Украины – импликатура, позволяющая в намеренно скрытом виде объединить несколько тем.*

*Первым номером в своём графике будущий президент вписал визит в непокорный Донбасс. Видимо, покорять будут изо всех сил – иронический модус модальности проявлен в переходе от «непокорного Донбасса» к «покорять изо всех сил».*

*Чтобы кто-то был в шоколаде, кто-то непременно должен быть в крови – приём резкого контраста, основанный на сопоставлении сленгового выражения «всё в шоколаде» (то есть всё хорошо, отлично – о хорошо идущих финансовых делах и о беззаботной, полной удовольствия жизни) и «крови» как знака-символа тяжёлых испытаний и человеческих жертв.*



А вообще, почему именно Порошенко, который ещё недавно не был в числе фаворитов, желающих стать мэром Киева, не то что президентом? Здесь важны бытовые подробности. Вот дом, который построил Пётр. Не тот, что справа – справа дом Абама. Только не перепутайте ненароком – здесь значима интертекстуальная связь со стихотворением С. Маршака «Дом, который построил Джек»; варьируя имена (Пётр, Джек, Абама), говорящий намекает на общее пространство ценностей (намёк в риторике – понимание по догадке); предостережение «только не перепутайте ненароком» поддерживает намёк на сходство, и, как будет показано далее, не только визуальное.

Вот это стремление не отстать от хозяина ни на один шаг, везде сопутствовать, быть похожим – хоть усадьбой, хоть фонтаном, хоть покромом одежды или манерой речи и есть самый прочный ошейник – применяется риторическая традиция наращивания аргументов; предикативная метафора превращает «похожесть» в «ошейник».

Это мышление уездного латифундиста, помещика, плантатора. Это примерно то же самое, что фонтан в Виннице. Диабетик, владеющий сахарными заводами, в прямом смысле должен очень любить сладкую жизнь. Сладкое дороже жизни, особенно, если это жизнь чужая – конвергенция приёмов, то есть концентрация оценочных средств: приём градации в построении однородного ряда – латифундист (незаконный владелец земельных участков), помещик, плантатор; оценочная модальность эпитета «уездный»; вовлечение разных регистров слова «сладкий» (сладкая жизнь, сладкое дороже жизни); скрытое противопоставление ценности собственной сладкой жизни и обесцененной чужой жизни.

Кстати, кондитерская империя Рошен простирает свою закупочно-сбыточную сеть до таких истосковавшихся по украинским конфетам уголков планеты, как Ирак и Афганистан. Вот уж где настоящая дольче вита. О том, что у демократических цукерок бывает кровавая начинка, Украина знает теперь не хуже, чем Афганистан – продолжение «кондитерской» темы в ироническом ключе (иронические импликации: истосковавшиеся по украинским конфетам Ирак и Афганистан, настоящая дольче вита); развёрнутая метафора «у демократических цукерок (укр. – конфет) бывает кровавая начинка» продолжает тему крови, то есть войны на Востоке Украины.

Особенностью нарратива «Агитпропа» является совмещение событийной действительности и ретроспективных отсылок – происходит углубление оценочного контекста за счёт расширения пространства памяти. То, что есть сейчас, и то, что уже было, скрепляются авторской рефлексией и воспринимаются синхронно (здесь важную роль играет визуальное сопровождение, использование кинематографических приёмов перетекания и наложения документальных сюжетов). Если претензия на документальность в жанре мокьюментари (mockumentary – подделывать) реализуется в достаточно успешных кинематографических проектах, то в современной политической коммуникации широко распространена псевдодокументалистика, в том числе в виде сюжетов-фейков. Селективность выбора документальных материалов неизбежна, но умелая генерализации документальной информации и авторской рефлексии повышает уровень доверия к представляемой информации.

Ещё в античные времена сформировалась агональная риторика (агон – состязание) – искусство управления человеческим поведением посредством слова в процессе обсуждения проблемы. Основной тезис агональной коммуникации: побеждает тот, кто приводит сильные, вызывающие доверие публики аргументы. К сожалению, система аргументов в политическом дискурсе далеко не всегда вызывает доверие: приводится аргумент к очевидцу, но он оказывается нанятым подставным лицом, онлайн-интервью могут быть предварительно подготовленным, аргумент к цифре вызывает вопрос: кто и как считал, аргумент к цитате, вырванной из контекста, искажает мысль и т.д. К. Сёмин широко использует формат цитирования с полным указанием источника со всеми его пространственно-временными координатами. Цитата-аргумент, снабжённая портретом автора высказывания, демонстрируется крупным планом и превращается в дискурсивный объект. С помощью цитирования журналист умело организует контраст позиций на когнитивном и языковом уровнях, достигая «эффекта истинности».

Отмечая факт усиления дискурсивного направления в интерпретации медиареальности, Т.В. Шмелёва обосновывает необходимость введения понятия «медийный сюжет» как линии отражения в медиасфере ситуации/события, формирующей субдискурс,



объём которого может свидетельствовать о медийном потенциале события. Значимость медийного сюжета измеряется количеством посвящённых ему текстов, их жанровым составом, показателем числа просмотров медийного материала в интернете, комментариями читателей или зрителей [10, с. 116]. Авторская креативность стимулирует формирование медийного сюжета, позволяет преодолеть замкнутость программы, перейти от информативности к публицистике.

«Агитпроп» К. Сёмина уже стал медийным сюжетом. «Литературная газета» опубликовала заметку Вадима Попова «Агитпроп». Наконец-то». Автор пишет: «На «России 24» Константин Сёмин выступил в жанре, который он сам определил как «агитпроп». Собственно так и называется короткая восьмиминутная программа, в которой один из лучших российских журналистов дал оценку событиям на Украине, стараясь не только представлять факты, но и обобщать, делать выводы – давать свои субъективные оценки, которые, впрочем, гораздо больше соответствуют истинному положению вещей, чем, скажем, о, что показывают украинские телеканалы». И последний абзац заметки: «Но особенно важными показались следующие суждения: «Невозможно противостоять фашизму, не сформулировав собственной идеологии, невозможно приструнить украинских олигархов, не разобравшись с собственными, невозможно защитить собственную экономику от санкций и шантажа, если эта экономика работает по неолиберальным правилам, навязанным шантажистами, невозможно с пивом и чипсами умиляться балаганным и похабным телевизионным шоу в момент, когда в Славянске гибнут люди...». Эту речь можно считать программной и даже революционной. И не столько для Сёмина, сколько для ВГТРК, который позволил ему высказаться» («Литературная газета, 2014, № 18). Появились комментарии, утвердившие факт медийности сюжета программы К. Сёмина: «Не всё коту масленица», госдеповскому агитпропу на Эхо, Дожде и прочим служителям шантажистов. А то монополизировали это право гонзожурналиги от неолиберализма, не устают агитировать за объективную субъективность и субъективную историчность. Посмотрим, кто кого переагитирует теперь»; «... дремучий непрофессионализм... или запредельный цинизм?» Ни то, ни другое! Как это теперь говорят: «Только бизнес!»; «Интересная ситуация. Дали высказаться Сёмину. Причем со словами последнего абзаца. Что бы это значило?». Poleмическая неоднозначность оценок свидетельствует о том, что эфирное пространство завоёвано, и ожидание программы имеет место. В немалой степени жизнеспособность программы обеспечила риторика.

Обобщим наши наблюдения. Каждая медийная модель публичных действий имеет свой набор идентифицирующих признаков: характер субъектно-объектных отношений (интерпретатор и интерпретируемое событие); предпочтение я- или мы-дискурса; временная архитектура (соотношение прошлого, настоящего и проекция в будущее); уровень и характер документальности; формы и способы манипуляции мнением и знаниями о предмете речи; игра модальностями (объективное, предполагаемое, выдаваемое за объективное), характер аргументов; отношение к стереотипам, игра стереотипами; объём и характер привлекаемых риторических приёмов и многое другое.

Медийное конструирование реальности в условиях политического конфликта напоминает состязание сюжетов, свидетельствующих об установке на противостояние, желание доминировать в информационном пространстве. В этом противостоянии важно сформировать и донести до зрителей содержание журналистского Я как органичной внутренней позиции. Только при этом условии можно создать качественно новый медийный продукт.

Тенденция к персонификации журналистского сообщества поддерживается фактом умелого использования мощного резерва косвенного говорения через риторические приёмы. Очевидна роль риторического фактора в оценке личности ведущего медийной программы и качества самой программы.

Риторические приёмы выражают когнитивно-эмоциональное движение речи, усиливают её энергетику. Комплексное воздействие через сюжет, стиль и язык особенно значимо для медиа-дискурса политической направленности, для реализации возможности повысить степень доверия к предлагаемой зрителю информации. Риторика позволяет выявить и понять противоречия между действительным и вымышленным, между событием (фактом) и его интерпретацией.

Политический перформанс – один из способов манифестации политической идеи, для которого характерна сложная драматургия, выстраиваемая автором программы. Риторическая фигуральность, с одной стороны, усложняет восприятие сказанного, с другой – позволяет уйти от экстенсивного повествования и согласовать ограниченность во времени с объёмом



получаемой зрителями информации. Необходимость быстроты схватывания смысла предполагает зрительскую аудиторию, способную декодировать риторические приёмы.

Дискурсивные включения, связанные с сознанием адресата, – исторической памятью, национально-культурными ценностями и под., способствуют сбережению внимания зрителя, открывают путь для понимания авторской идеи и в конечном итоге позволяют успешно решать задачи аффилиации с определенными социальными группами зрителей.

Ряд признаков организации высказывания в программах «Агитпропа» соотносится с жанром политической аналитической статьи: оба формата представляют журналистику мнений. Но устность и зрелищность (манера говорения, интонационные акценты, ритм, невербальные показатели, особо значимые для формирования имиджа журналиста) проявляют специфические характеристики авторского медийного проекта как нового аналитического ресурса.

«Функция языка не информировать, а вызывать представление (Жак Лакан). Риторические приёмы полностью соответствуют этому тезису. Поэтика и риторика издревле совмещались как носители свойств эстетически организованной образной речи. Апробированные мировой публичной практикой, риторические средства способны снизить уровень травматичности современной политической журналистики. Но, учитывая современные политические условия, здесь целесообразнее применить риторическую фигуру умолчания.

### Литература

1. Андреева В.Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа: дис. ... канд. филол. наук / В.Ю. Андреева. – Курск, 2009. – 211 с.
2. Яренчук Е.Э. Интерактивно-аналитический дискурс как детерминатор коммуникативного саботажа (на материале ток-шоу «Специальный корреспондент» и «НТВшники») / Е.Э. Яренчук // Вестник Костромского гос. ун-та им. Н.А. Некрасова. – 2012. – Вып. 4. – Т. 18. – С. 110-113.
3. Сальникова Н.В. Национально-культурная риторика политического дискурса на материале публичных выступлений Р. Рейгана и М.С. Горбачёва: дис. ... канд. филол. наук / Н.В. Сальникова. – Ставрополь, 2011. – 224 с.
4. Чащина А.М. Языковые и риторические особенности политического дискурса в массмедиа / А.М. Чащина // Вестник Челябинского ун-та. Филология и искусствоведение. – 2013. – № 22 (313). – Вып. 81. – С. 249-254.
5. Панченко Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория: Монография / Н.Н. Панченко. – Волгоград: Перемена, 2010. – 304 с.
6. Степанов В.Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации: автореф. дис. ... доктора филол. наук / В.Н. Степанов. – СПб., 2004 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.dslib.net](http://www.dslib.net)
7. Горте М.А. Фигуры речи: терминологический словарь: 200 стилистических и риторических приёмов / М.А. Горте. – М.: Изд-во Энас, 2007. – 208 с.
8. Скороходова Е.Ю. Ирония в современном медийном тексте / Е.Ю. Скороходова // Филологические науки. Язык, речь, речевая коммуникация. – 2011. – № 7 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rusnauka.com>
9. Веселова Н.В. Ирония в политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук / Н.В. Веселова. – Нижний Новгород, 2003. – 185 с.
10. Шмелёва Т.В. Медийный сюжет как конструктивная основа дискурса / Т.В. Шмелёва // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Вып. 11. – Орёл, 2013. – С. 115-124.