

В. В. Воробьёв, РХГА

ПОНЯТИЕ «УБЕЖДЕНИЕ»: ИСТОРИЧЕСКИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД

Работа посвящена сравнению риторического понятия «убеждение» в истории греческой и византийской литературы с некоторыми современными трактовками этого понятия.

Исследователи отмечают, что «Трудно переоценить роль риторики ... в становлении византийской культуры и литературы. ... Начало формирования византийской риторики относится к IV в.» [4, с. 331]. А «К VII веку канон византийской риторической теории был установлен и оставался более или менее неизменным вплоть до пятнадцатого столетия» [7, р.105]. Автором, труды которого чаще спользовались при обучении риториков в Византии становится представитель «второй софистики» Гермоген из Тарса [4, с.333; 7, pp, 105 and sq.; 9, pp. 103-105, 164-166]. Естественно, что и Аристотель («Риторика») остается предметом изучения и комментирования.

Определение риторики как науки, изучающей убеждающую речь, и её виды сохраняло свою значимость на протяжении последующей античной истории и далеко за её временными пределами. «Итак, средства убеждения, по Аристотелю, разделяются на три вида: а) логические... т.е. посредством довода; б) нравственные ... когда говорящий убеждает слушателя, что он заслуживает доверия; в) эмоциональные... когда патетикой своей речи говорящий воздействует на слушателя» [3, с. 102].

Риторика может пониматься в двух смыслах. В широком смысле - как «теория литературы» вообще (и прозы, и поэзии, и других жанров). При этом, по мере исторического развития, главными становятся орнаментальные, как я бы их назвал, характеристики («этос» и «пафос»). Например, у Гермогена, Дионисия Галикарнасского, Деметрия [см. 2, с. 200 и сл.; и 1]. В узком – тогда риторика относится только к ораторскому искусству и важнейшую роль играет логическая составляющая («логос», т.е. доказательство путем энтимемы), то, что я назвал бы «убеждение» в собственном смысле слова. С этой точки зрения византийские риторические тексты исследованы явно недостаточно.

В наше время теории убеждающего («риторического») воздействия весьма многочисленны. «В современной теории риторики можно выделить множество течений. Это «неориторика» Х.Перельмана, в основе которой лежит теория аргументации. Концепция Г.Гадамера... называется герменевтической риторикой. Риторическая семиотика представлена такими именами как Р.Якобсон, Ж.Лакан, Ц.Тодоров, У.Эко. Лингвистика текста, литературная риторика разрабатывалась «Группой М» льежских логиков во главе с Ж.Дюбуа.... Американские авторы трактуют риторику как средство социального взаимодействия и речевой коммуникации» [5, с. 8].

В книге [6] авторы отождествляют убеждение и пропаганду [с.28] и отмечают, что «Красноречивая риторика древних греков и римлян,... резко отличается от типичной коммуникации сегодняшнего дня с её акцентом на использовании простых лозунгов и образов. Цель современной пропаганды всё чаще состоит не в том, чтобы информировать и просвещать человека, а скорее в том, чтобы подталкивать массы к

желательной позиции или точке зрения» [6, с. 31]. Авторы также отмечают, что в древности «Обучение убеждению было одним из основных компонентов их образования» и продолжалось долго, а сейчас картина противоположная [6, с.34].

Так что, современный образованный человек, легко становится объектом пропагандистской манипуляции, что мы сейчас видим в практике общественной жизни.

В другом популярном пособии по теории убеждения [10, в 2012 году вышло 13-е издание] автор отмечает важность её изучения в нынешнем «технологическом веке». Определяя, «убеждение», он ссылается на классика. «Убеждение, в соответствии с Аристотелем, могло быть основано на доверии или *этосе*. Может быть использован логический аргумент или *логос* и возбуждающие эмоции призывы или *пафос*.» [10, р. 9]. Затем автор дает собственное определение: убеждение это «совместное создание состояния идентификации или совмещения между источником и получателем в результате использования символов» [10, р.10]. Таким образом, «убеждение есть результат совместных усилий источника и получателя» и «всякое убеждение есть **самоубеждение**» [10, р.10]. А в главе с характерным подзаголовком «Источники (roots) исследований убеждения» автор в качестве этих источников подробно описывает три упомянутых выше аристотелевских характеристики средств убеждения [10, р. 57-63]. Связь современных теорий убеждающего воздействия с греческими античными «корнями» можно проследить и еще в одном пособии, [8, в 2002 г. вышло 3-е издание], название которого говорит само за себя: «Сила убеждения. Продвижение античного искусства в век СМИ». Авторы дают такое определение. «Убеждение это процесс, в котором языковые и символические действия влияют на выбор других его участников» [р. 2]. В разделе «Классическая перспектива» [р. 21-125] показано использование аристотелевских средств убеждения (пафос, логос и этос) на примерах из политической и общественной жизни США 80-х – 90-х годов.

Исследование поддержано РФФИ, проект № 18-011-00669.

Литература

1. *Античные риторика*. Под ред. А.А.Тахо-Годи. М., 1978.
2. *Античные теории языка и стиля*. СПб., 1996..
3. Корнилова Е.Н. *Риторика – искусство убеждать*. М.,2018.
4. *Культура Византии. IV – первая половина VII в.* М., 1984.
5. Марченко О.И. *Основы красноречия. Риторика как наука и искусство убеждать*. М., 2016.
6. Пратканис Э.Р., Аронсон Э. *Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения. Повседневное использование и злоупотребление*. М., 2002.
7. *The Cambridge intellectual history of Byzantium*. Cambridge, 2017.
8. Cooper M.D. @ Nothstine W.L. *Power persuasion. Moving an ancient art into media age*. Greenwood, 1992.
9. Kennedy G. *Classical rhetoric and its Christian and Secular traditions*. London, 1980.
10. Larson Ch.U. *Persuasion: reception @ responsibility*. Belmont, 1989.