

Александрова Елена Михайловна

### **КРЕОЛИЗОВАННАЯ ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СЕМИОТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН**

Статья посвящена изучению случаев креолизации языковой игры как семиотического феномена. Дается описание индексальной, символической и иконической языковой игры. Креолизованная языковая игра рассматривается как разновидность иконической игры на материале анекдотов-комиксов, анекдотов-смс, анекдотов-карикатур, анекдотов-"интернет-открыток" и анекдотов-демотиваторов. Исследуются случаи полной креолизации, связанные с использованием доминирующих и равноценных иллюстраций, случаи частичной креолизации, связанные с использованием сопровождающих и декоративных иллюстраций. Рассматриваются примеры реализации языковой игры, связанной с использованием омонимов, омографов, паронимов, а также параликтографем в креолизованном тексте с равноценной иллюстрацией.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/15.html](http://www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/15.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2018. № 3(81). Ч. 2. С. 276-282. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2018/3-2/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

## STRUCTURAL PECULIARITIES OF VERBS OF BEHAVIOUR IN THE RUSSIAN, TATAR AND ENGLISH LANGUAGES

**Aidarova Alsu Mirzayanovna**, Ph. D. in Philology  
*Naberezhnye Chelny Institute (Branch) of Kazan (Volga Region) Federal University*  
aidalmir@yandex.ru

**Lebedev Eduard Evgen'evich**, Ph. D. in Philology  
*Chuvash State Institute of Humanities, Cheboksary*  
edlebed@gmail.com

Verbs occupy a central place among the large arsenal of language tools that represent human behaviour. The article presents the results of the analysis of the structural features of verbs of behaviour in three languages (Russian, Tatar and English). The study of the semantics of verbs of behavior is impossible without resorting to their structural organization. The authors conclude that the verbs of behaviour in Russian, Tatar and English are not uniform: they include both simple and compound verbal units in the presence of the general invariant seme "to behave".

*Key words and phrases:* verb of behaviour; verb structure; verb semantics; derivational meaning of suffix; synthetic verb; analytical verb; auxiliary verb; phrasal verb.

УДК 811.1/8

*Статья посвящена изучению случаев креолизации языковой игры как семиотического феномена. Дается описание индексальной, символической и иконической языковой игры. Креолизованная языковая игра рассматривается как разновидность иконической игры на материале анекдотов-комиксов, анекдотов-смс, анекдотов-карикатур, анекдотов-«интернет-открыток» и анекдотов-демотиваторов. Исследуются случаи полной креолизации, связанные с использованием доминирующих и равноценных иллюстраций, случаи частичной креолизации, связанные с использованием сопровождающих и декоративных иллюстраций. Рассматриваются примеры реализации языковой игры, связанной с использованием омонимов, омографов, паронимов, а также парапиктографем в креолизованном тексте с равноценной иллюстрацией.*

*Ключевые слова и фразы:* языковая игра; анекдот; креолизованный текст; парапиктография; семиотика; знак-символ; знак-икона; знак-индекс.

**Александрова Елена Михайловна**, к. филол. н., доцент  
*Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации, г. Москва*  
elena\_751@mail.ru

### КРЕОЛИЗОВАННАЯ ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СЕМИОТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Юмористический креолизованный текст стал объектом научных исследований сравнительно недавно. Специфика такого рода текстов рассматривается в работах Ю. С. Чаплыгиной [9], Е. В. Козлова [6], О. А. Ворониной [3], Ю. В. Шуриной [10], М. Б. Ворошиловой [4, с. 93-140], А. В. Сивцевой [8], Е. М. Александровой [1], Л. С. Гуторенко [5], Е. В. Юрьевой [11] и др. Особый интерес представляют случаи креолизации феномена языковой игры, получающие все большее распространение.

Для описания креолизованных форм языковой игры в данной статье используется семиотический подход. В свете семиотики языковая игра предстает как использование «лингвоигрового» потенциала знаков языковой личностью с целью привлечения внимания адресата к вновь созданным языковым формам. Раскрытие потенциала знаков может быть связано с изменением их синтагматического и/или парадигматического окружения, направленным на реализацию таких характеристик знака, как его неоднозначность и/или несочетаемость / необычная сочетаемость с другими знаками с целью достижения необходимого эффекта, чаще всего комического.

Знаки, вовлеченные в языковую игру, могут иметь разную природу. Основатель семиотики Чарльз Пирс еще во второй половине XIX века на основании классификации взаимоотношений знака и его объекта (синонимично используются термины: форма и денотат, знак и предмет, знак и референт, означающее и означаемое и проч.) выделил три базовых типа знаков: 1) *знаки-иконы* (или иконические знаки, иногда их называют знаками-копиями, знаками-изображениями); 2) *знаки-индексы* (индексальные знаки, или знаки-признаки); 3) *знаки-символы* (символические знаки, или условные, конвенциональные знаки) [7].

В языковой игре, представленной в анекдотах, в качестве знаков, как правило, выступают *знаки-символы*, а именно слова, которые связаны с денотатом условно. *Знаки-индексы*, например жесты, могут быть использованы в устных анекдотах, тогда как *знаки-иконы*, например рисунки, фотографии, используются в анекдотах, существующих в виде письменных текстов, которые в современной культуре получают все более широкое распространение.

В текстах жанра анекдота языковая игра с использованием *знаков-индексов* и *знаков-икон*, как правило, основывается на семиозисе двух типов знаков, одним из которых является знак-символ.

В соответствии с типом использованных знаков можно выделить **индексальную** языковую игру, связанную с использованием *знаков-индексов* и *знаков-символов*, **иконическую** языковую игру, связанную с использованием *знаков-икон* и *знаков-символов*. К **символической** языковой игре отнесены случаи использования только символических знаков.

Приведем пример одновременного использования в языковой игре *знаков-индексов* (жесты) и *знаков-символов* (речь), разная интерпретация которых персонажами анекдота приводит к созданию комического эффекта:

*Встречаются ковбой и индеец. Индеец тычет в лицо ковбоя указательным пальцем, а тот в него – двумя. На что индеец складывает руки домиком, а ковбой в ответ рисует в воздухе рукой волнистую линию. Вернувшись домой, оба пересказывают состоявшийся диалог. Ковбой: «Я только что встретил очень воинственного индейца. Он говорит: “Я тебе глаз выколю”. А я ему отвечаю: “А я тебе – оба”. Он мне: “Я тебя закопаю”. А я ему: “Я тебя утоплю”». А индеец пересказывает диалог следующим образом: «Я только что встретил сумасшедшего ковбоя. Я его спрашиваю: “Ты кто?” Он отвечает: “Козел”. Я спрашиваю: “Горный?” А он отвечает: “Нет, водоплавающий”» [18].* Безусловно, подобного рода анекдоты более привлекательны в устном исполнении, когда рассказчик использует жесты, а не вербальное описание ситуации. Следует отметить, такие тексты представляют достаточно большую редкость для рассматриваемого жанра.

Иконическая языковая игра, связанная с использованием *знаков-символов* и *знаков-икон*, встречается значительно чаще. К данному типу языковой игры следует отнести случаи обыгрывания сходства графем (паралингвистических средств) и изображений. В следующем примере обыгрывается графическое сходство **знака-символа** графемы «о» и **знака-икона** – изображения колец как элементов Олимпийской эмблемы: *Леонид Ильич Брежнев читает речь на открытии Олимпийских игр: «О-О-О-О-О». «Леонид Ильич, – говорят ему, – это кольца Олимпийские, речь ниже» [27].* К иконической языковой игре также следует отнести языковые анекдоты, существующие в виде креолизованных текстов, где в качестве иконических знаков используются изображения. В креолизованной языковой игре знак-икона, как правило, эксплицитен (получает формальное выражение в тексте), в отличие от языковой игры без изображения, где знак-икона, как правило, имплицитен (подразумевается).

Следует отметить, что креолизованная языковая игра в последнее время приобретает все большее распространение. Популярность креолизованных текстов связана с ростом визуальной информации в современной коммуникации, чему способствует развитие информационных технологий и Интернета. Совмещение текстов различной семиотической принадлежности (текст, рисунок, фотография и т.д.) в семиотически гетерогенном креолизованном тексте делает его более интересным и востребованным.

В рамках данной статьи согласно определению креолизованного текста, предложенному Е. Е. Анисимовой, языковой анекдот предстает «сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [2, с. 17].

Было выявлено, что основными формами бытования анекдота, основанного на языковой игре, являются: *анекдот-смс* (скриншот обмена сообщениями интернет-мессенджера (*Watsup, Viber* и др.)), *анекдот-комикс*, *анекдот-карикатура*, *анекдот-«интернет-открытка»* и *анекдот-демотиватор* и т.д. [1, с. 66]. Исследование также показало, что один и тот же анекдот может существовать в нескольких разных формах. Было найдено несколько версий следующего анекдота: *СМС подружке: «Еду к тебе. Чайку приготовишь?» Ответ: «Где я тебе ее возьму? Давай курицу приготовлю...» [12].* На интернет-сайтах оказались представлены следующие креолизованные версии: **анекдот-комикс** (см. Рисунок 1); **анекдот-карикатура** (см. Рисунок 2); **анекдот-«интернет-открытка»** (см. Рисунок 3).



Рисунок 1. Анекдот-комикс [21]



Рисунок 2. Анекдот-карикатура [17]



Рисунок 3. Анекдот-«интернет-открытка» [13]

Таким образом, графическое оформление текста анекдота, основанного на языковой игре, претерпевает большие изменения. Выразительные возможности графических паралингвистических средств, используемых при оформлении языковой игры, проявляются по-разному в зависимости от конкретного случая их применения. В соответствии с особенностями использования паралингвистических и вербальных средств могут быть выделены языковые анекдоты с разной степенью креолизации. Е. Е. Анисимова выделяет три основные группы текстов в зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальной частью: тексты с *нулевой креолизацией*, когда изображение не представлено и не имеет значения для организации текста; тексты с *частичной креолизацией*, где вербальная часть относительно автономна, независима от изображения, между вербальными и изобразительными компонентами складываются автосемантические отношения; тексты с *полной креолизацией*, где вербальная часть не может существовать автономно, между компонентами устанавливаются синсемантические отношения [2, с. 15]. По характеру связи изображения с вербальной частью Б. Карлаварис предлагает различать четыре типа иллюстраций в тексте: 1) доминирующую иллюстрацию, конституирующую текст; 2) равноценную иллюстрацию, используемую в текстах, где определенная часть информации передается преимущественно иконическими средствами; 3) сопровождающую иллюстрацию, применяемую в тексте в качестве дополнения, пояснения вербальной части; 4) декоративную иллюстрацию, служащую украшению текста, эстетическим целям общения [28].

Совмещение классификаций, предложенных Е. Е. Анисимовой и Б. Карлаварисом, позволяет заключить, что *равноценная* и *доминирующая иллюстрации* представляют собой случаи *полной креолизации*, а *сопровождающая* и *декоративная иллюстрации* представляют собой случаи *частичной креолизации*, тогда как к текстам с *нулевой креолизацией* могут быть отнесены любые тексты, не сопровождаемые иллюстрацией.

Языковой анекдот может характеризоваться как разной степенью креолизации, так и разными типами иллюстраций. Приведем примеры.

#### 1. Частичная креолизация

1. *Декоративная иллюстрация* представлена на Рисунке 4.

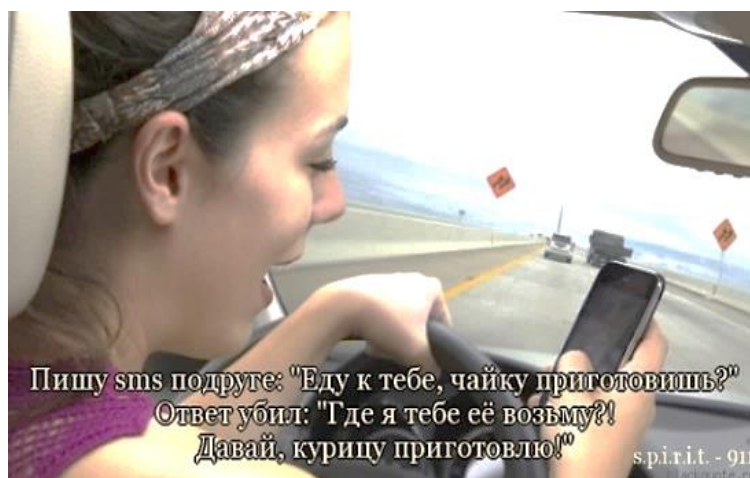


Рисунок 4. Декоративная иллюстрация [14]

В данном случае изображение используется для привлечения внимания, но не участвует в создании сообщения, выступая как дополнение к вербальным средствам. Сообщение, представленное в данном примере, может успешно существовать и без использования изображения.

2. *Сопровождающая иллюстрация* представлена на Рисунке 5.

I would like to make a pun  
about philosophy,

**but I Kant.**



Рисунок 5. Сопровождающая иллюстрация [26]

В этом случае изображение упрощает понимание текста, оно выступает в качестве средства, несущего дополнительную информацию. Информация, выраженная вербально, частично воспроизводится с помощью наглядного образа. Данный текст также существует и в форме анекдота с нулевой креолизацией: *I would like to make a pun about philosophy, but I Kant* [20].

## II. Полная креолизация

3. *Равноценная иллюстрация* представлена на Рисунке 6.

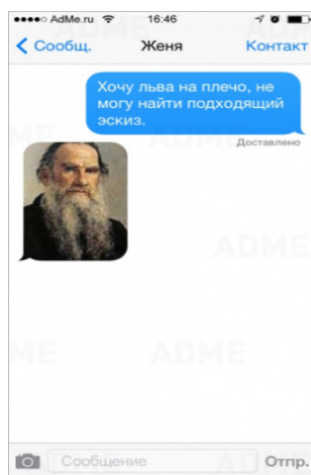


Рисунок 6. Равноценная иллюстрация [15]

В данном примере изображение частично заменяет текст, выступая в качестве средства, несущего собственную информацию, которая дополняет вербально выраженную. Полное понимание текста невозможно без декодирования и интерпретации изображения. Следует отметить, что подобный текст сложно представить в устной форме. Для сравнения приведем пример, в котором похожий случай языковой игры представлен в тексте с нулевой креолизацией: *Учительница: «Вовочка, что тебе известно о Чехове и Пушкине?» – «Чехов – это город, и Пушкин – это город». – «А кто же тогда Толстой?» – «Известное дело – ЛЕВ!»* [24].

4. *Доминирующая иллюстрация* представлена на Рисунке 7.



Рисунок 7. Доминирующая иллюстрация [19]



В данном случае изображение заменяет большую часть текста. Вербальная часть не может существовать самостоятельно, она отсылает к изображению. Для сравнения приведем текст, найденный в интернет-подборке анекдотов: *Пол Макартни где его вторая половина* [22].

Наибольший интерес с точки зрения использования знаков разной семиотической принадлежности представляют случаи креолизованной языковой игры с равноценной иллюстрацией, где может обыгрываться фонетическая аналогия знаков-символов (омофония); графическая аналогия знаков-символов (омография); фонетическое и графическое сходство знаков-символов (паронимия); графическое сходство знаков-икон и знаков-символов (парапиктография).

**Фонетическая аналогия знаков-символов** обыгрывается в примере, представленном на Рисунке 6. Здесь образность создается благодаря двусмысленности, обусловленной аналогией звучания нарицательного существительного *лев* и имени собственного *Лев*, каждый из которых представлен знаками разного типа: *лев* – знаком-символом, *Лев* – знаком-иконой.

**Графическая аналогия знаков-символов** также используется для создания креолизованной языковой игры (см., например, Рисунки 1 и 2). В этих случаях игра строится на двусмысленности, связанной с обыгрыванием графической аналогии существительных *чайку* (знак-символ) и *чáйку* (знак-икона).

**Фонетическое и графическое сходство знаков-символов** обыгрывается в примере, представленном на Рисунке 8.

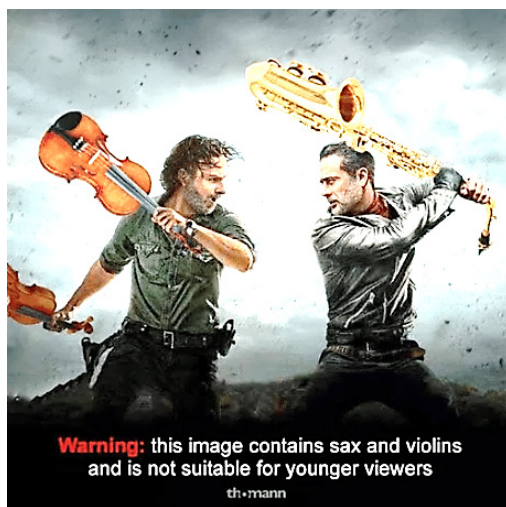


Рисунок 8. Фонетическое и графическое сходство знаков-символов [25]

В данном случае языковая игра связана с использованием двух пар паронимов, имеющих графическое и фонетическое сходство: *sax* [sæks] (саксофон) / *sex* [seks] (секс) и *violins* [ˌvaɪəˈlɪnz] (скрипки) / *violence* [ˈvaɪələ(ə)n(t)s] (жестокость). Образность создается благодаря двусмысленности, возникающей при одновременной передаче существительных *sax* и *violin* и знаками-символами, и знаками-иконами, в то время как существительные *sex* и *violence* представлены только знаками-иконами.

**Графическое сходство знаков-икон (парапиктография)** используется в языковой игре, представленной на Рисунке 9. Термин «**парапиктография**» (от др.-греч. *para-* – приставка со значением смежности и *пиктография* (от лат. *pictus* – «рисованный, живописный» и греч. *grapho* – «пишу») – письмо рисунками) используется в данной работе для описания случаев обыгрывания сходства графем (букв, цифр и т.д.) и изображений. Для обозначения знаков-символов и знаков-икон, имеющих графическое сходство, используется термин «парапиктографемы».

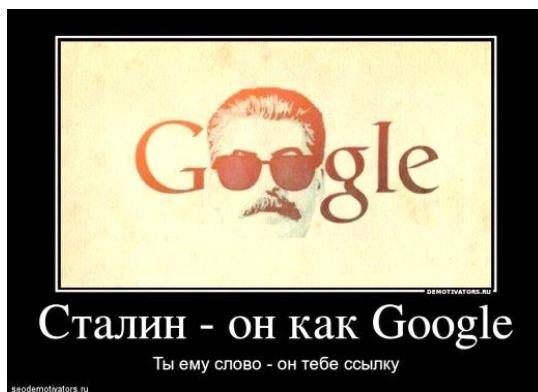


Рисунок 9. Графическое сходство знаков-икон и знаков-символов [16]

В данном анекдоте-демотиваторе изображение, как и текст, содержит игру с использованием парапиктограмм и дополняет текст, усиливая эффект. Изображение выступает в качестве средства, несущего собственную информацию, в виде иконической игры. Графическое сходство компонента знака-символа (букв *oo* в слове *Google*) и знака-иконки (изображения очков) передает информацию, которая не может быть вербализована. Аналогичный случай языковой игры существует в форме семиотически гомогенного текста: *Сталин – он как Google: ты ему слово – он тебе ссылку* [23]. Безусловно, креолизованная версия представляет значительно больший интерес, так как изображение усиливает комический эффект.

Таким образом, созданию креолизованных текстов с равноценными иллюстрациями способствует языковая игра, связанная с обыгрыванием фонетического и/или графического сходства знаков. Использование парапиктографии способствует созданию дополнительной образности, отражению дополнительной невербализованной информации.

Изображение и текст могут сочетаться с разными целями. Е. Е. Анисимова выделяет следующие основные функции изображения: 1) аттрактивную; 2) информативную; 3) экспрессивную; 4) эстетическую [2, с. 52]. В случае с языковым анекдотом изображением выполняется преимущественно аттрактивную (привлечение внимания) и экспрессивную (усиление образности) функции.

Таким образом, было выявлено, что в креолизованном языковом анекдоте роль знаков может выполнять как текст, так и изображение.

Появление новых форм бытования анекдотов говорит о развитии, изменчивости и приспособляемости жанра.

Проведенное исследование еще раз подтверждает тот факт, что анекдот мигрирует не только из эпохи в эпоху, из одной культуры в другую, но и от семиотической системы к другой. Так же, как когда-то произошел переход от анекдота как устного жанра к письменной форме, в настоящее время можно отметить устойчивые тенденции перехода от традиционной текстовой формы к креолизованной.

#### Список источников

1. Александрова Е. М. Креолизованный мем как новая форма бытования языковых анекдотов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 8 (74): в 2-х ч. Ч. 2. С. 65-69.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учебное пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Академия, 2003. 128 с.
3. Воронина О. А. Карикатура как вид креолизованного текста // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2009. № 2. С. 14-18.
4. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. 194 с.
5. Гуторенко Л. С. Прецедентность в креолизованных текстах комического характера в современной интернет-коммуникации (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 3 (69): в 3-х ч. Ч. 3. С. 82-85.
6. Козлов Е. В. Комикс как явление лингвокультуры: знак – текст – миф. Волгоград: ВолГУ, 2002. 183 с.
7. Пирс Ч. С. Логика как семиотика: теория знаков // Метафизические исследования. СПб.: Алетейя, 1999. Вып. 11. Язык. С. 199-217.
8. Сивцева А. В. Карикатура как вид креолизованного текста // Наука и образование: проблемы и перспективы развития: материалы междунар. науч.-практ. конф. (30 августа 2014 г.): в 5-ти частях. Тамбов: Консалтинговая компания «Эком», 2014. Ч. 4. С. 134-135.
9. Чаплыгина Ю. С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика (на материале английского языка): дисс. ... к. филол. н. Самара, 2002. 222 с.
10. Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации // Вестник Новгородского государственного университета. 2010. № 57. С. 82-86.
11. Юрьева Е. В. Вербальные и невербальные приемы создания комического в креолизованных текстах социальной рекламы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Филология. Журналистика». 2017. Т. 17. Вып. 1. С. 24-28.
12. <http://anekdotov.net/anekdot/all/bvzmdvkcprgtvl.htm> (дата обращения: 10.02.2015).
13. <http://atkritka.com/259471/> (дата обращения: 10.09.2015).
14. <http://blackquote.ru/pishu-sms-podruge-quotedu-k-citata-168015> (дата обращения: 10.09.2015).
15. <http://funpic71.blogspot.ru/> (дата обращения: 10.09.2015).
16. <http://joyreactor.cc/post/210516> (дата обращения: 10.09.2015).
17. <http://joyreactor.cc/post/270184> (дата обращения: 10.09.2015).
18. <http://kommersant.ru/doc/254914> (дата обращения: 10.09.2015).
19. <http://prikol.poltava.info/pictures/pol-makkartni-5991> (дата обращения: 10.09.2015).
20. <http://punjokes.com/content/i-would-make-pun-about-philosophy-i-kant#sthash.UZYZZ4dg.dpuf> (дата обращения: 10.09.2015).
21. <http://www.adme.ru/tvorchestvo-hudozhniki/20-illyustracij-kotorye-perevernut-mir-s-nog-na-golovu-757460/#image8397710> (дата обращения: 10.09.2015).
22. <http://www.anekdot.ru/id/160102> (дата обращения: 10.09.2015).
23. <http://www.anekdot.ru/id/700070/> (дата обращения: 10.09.2015).
24. <http://www.websets.ru/category/anecdote/> (дата обращения: 10.09.2015).
25. <https://me.me/i/warning-this-image-contains-sax-and-violins-and-is-not-19154032> (дата обращения: 12.11.2017).
26. <https://twitter.com/grammarly/status/525311438307344384> (дата обращения: 10.09.2015).
27. <https://www.anekdot.ru/id/-312015004/> (дата обращения: 05.07.2015).
28. Karlavaris B. Semiotische Aspekte bei Illustration von Schulbüchern // Didaktische Typographie. Leipzig, 1984. S. 213-223.

## A CREOLIZED LANGUAGE GAME AS A SEMIOTIC PHENOMENON

**Aleksandrova Elena Mikhailovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow*  
elena\_751@mail.ru

The article is devoted to studying the cases of creolization of a language game as a semiotic phenomenon. The description of an index, symbolic and iconic language game is given. The creolized language game is considered as a kind of the iconic game on the basis of comic stories, SMS jokes, cartoon anecdotes, Internet cards anecdotes and anecdotes-demotivators. The cases of complete creolization associated with the use of dominant and equivalent illustrations, cases of partial creolization associated with the use of accompanying and decorative illustrations are studied. The author examines the examples of the realization of the language game related to the use of homonyms, homographs, paronyms, as well as parapictographs in a creolized text with an equivalent illustration.

*Key words and phrases:* language game; joke; creolized text; parapictography; semiotics; sign-symbol; sign-icon; sign-index.

УДК 808.53/808.56

*Статья написана на стыке филологии и журналистики и посвящена журналистскому вопросу, который рассматривается как элемент особого типа риторики, близкой по построению и функции к сократовской риторике. Различия в сократовском и журналистском вопросе автор видит в их содержании: для Сократа важна истина, а для журналиста – создание возможно полного образа собеседника. Журналистский вопрос рассматривается как вспомогательное средство, а не в качестве инструмента воздействия, как предполагается в «классической» риторике и неориторике. Сам журналист рассматривается как посредник между оратором и аудиторией, не являясь при этом адресатом коммуникации.*

*Ключевые слова и фразы:* журналистский вопрос; журналистская этика; оратор; риторика и неориторика; сократовский «метод вопроса».

**Алимджанов Абдуазиз Абдихакимович**  
*Санкт-Петербургский государственный университет*  
alimdjnovaziz@gmail.com

## ЖУРНАЛИСТСКИЙ ВОПРОС В СВЕТЕ РИТОРИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ

## 1. О различных подходах к определению риторики

Существует широкий и узкий подходы к определению термина *риторика*, как отмечает С. И. Гиндин [3, с. 364]. В широком подходе риторике приписываются дополнительные качества, в частности, такие как регулирование языка и теоретическое исследование текста. Например, академик Ю. В. Рождественский пишет, что «современные задачи риторики, как и в античности, состоят в том, что риторика есть искусство управления общественными процессами» и «не может быть сведена только к публичной устной речи. Она занимается всеми видами словесности» и «устанавливает объективные законы речи, на основании которых предлагаются правила, касающиеся, во-первых, управления всей системой речи. <...> Во-вторых, современная риторика исследует обмен текстами» [8, с. 67-68]. С. И. Гиндин, который также придерживается широкого подхода, сравнивая античную и современную риторики, отмечает, что «объект изучения у риторики был значительно уже, чем у теории текста, так как риторика исследовала лишь некоторые частные разновидности текстов», и дает следующее определение современной риторике: «...риторика есть наука об условиях и формах эффективной коммуникации» [3, с. 364].

В узком понимании риторика трактуется либо как «искусство красноречия», либо как «теория аргументации». Х. Перельман и Л. Ольбрехт-Тытека под риторикой понимают аргументированное изложение фактов с целью убедить кого-либо и называют свою теорию «новой риторикой» [7, с. 210]. Однако исследователь А. И. Мигунов не согласен с таким определением риторики и пишет, что Л. Ольбрехт-Тытека и Х. Перельман понимают риторикой «в самом узком смысле из возможных, как речевую процедуру убеждения» [5, с. 188]. По мнению автора, «нельзя сводить искусство речи к убеждению», поскольку «риторика и аргументация – это два аспекта речи, две стороны одного и того же, потеря, дефект любой из этих сторон речи делает речь несостоятельной» [Там же, с. 197-200].

«Классическая» риторическая традиция подразумевает включение имплицитных вопросов и эксплицитные ответы на них. То есть оратор строит квазидialog, хотя читаемый им текст воспринимается как завершенный монологический текст, выражающий точку зрения оратора и направленный на то, чтобы убедить всех посредством описания проблемы. При неориторическом подходе журналистский вопрос даёт возможность высказать отвечающему свои идеи или убеждения и привести такие аргументы, которые ориентированы на манипулирование аудиторией. То есть вопрос журналиста не является средством поиска «объективной» истины, а направлен на освещение позиции и идей отвечающего, общение которого с аудиторией является целью коммуникации