

Мищук Оксана Николаевна,

кандидат филологических наук, доцент Тульского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», г. Тула
oksana_mishchuk@yahoo.com



Феномен речевого воздействия и методы его изучения

Аннотация. В статье исследован феномен речевого воздействия и проанализированы различные подходы в лингвистических исследованиях, в которых предпринимаются попытки изучения парадигм, позволяющих выявить в конкретном типе дискурса речевые и языковые средства целенаправленного и косвенного воздействия, являющиеся базисными для проведения анализа языкового материала.

Ключевые слова: речевое воздействие, дискурс СМИ, речевая манипуляция, общекommunikативные стратегии и тактики.

Раздел: (05) филология; искусствоведение; культурология.

Речевое воздействие (далее – РВ) может быть исследовано с учетом двух важнейших аспектов: общей осознанной коммуникативной платформы и направленности общения. С первым в основном связан процесс построения коммуникации, а со вторым – перлокутивный эффект.

Согласно Е. Ф. Тарасову, под определением РВ следует понимать любое целенаправленное монологическое (неравноправное) речевое общение. Также ученый интерпретирует данный феномен как диалогическое (равноправное) общение в рамках агитационных кампаний и в средствах массовой информации. Таким образом, во время коммуникативного акта, так или иначе, происходит РВ, которое может быть направлено на перестройку картины мира реципиента, а также на его восприятие социальной реальности [1].

В современной лингвистике РВ изучается в самых разных типах дискурса: дискурсе СМИ, рекламном, научном, политическом, юридическом и т. д., при этом основное внимание уделяется проблеме сущности манипулятивности, а также инструментам объективации РВ – стратегиям, тактикам, приемам и т. п., равно как и разноразным манифестационным средствам.

Дискурс в качестве своей важнейшей задачи имеет осуществление РВ. Последнее может осуществляться даже вне постановки специальных задач: РВ имеет место не только в случае дискурса убеждения, но и в случае, например, информирования – уже потому, что в последнем с помощью дискурса может произойти изменение одной из составляющих когнитивной сферы адресата: энциклопедических знаний. При этом трактовка РВ как убеждения для нас более привычна. На самом же деле информирование обычно сопутствует убеждению, о чем свидетельствуют изыскания в области риторики (особенно западной).

Конструирование РВ имеет вид стратегического процесса, в основе которого лежит выбор языковой личностью языковых средств и речевых стратегий, обеспечивающих необходимую для адресанта реакцию адресата.

В данной работе нами предпринимается попытка анализа лингвистических исследований, в которых изучаются факторы, позволяющие выявить в дискурсе СМИ речевые и языковые средства прямого и непрямого воздействия, являющиеся существенными и базисными для проведения анализа определенного языкового материала.

В подходе Е. В. Гориной [2] делается акцент на механизмах, применяемых СМИ в целях воздействия на читателя и манипулирования его сознанием и эмоциями.

Воздействующая сила газетного текста заложена в его структуре, содержании и в типе взаимодействия с читателем. Сама структура текста газеты подразумевает воздействующий эффект. Опосредованное общение «газета – читатель» подразумевает однонаправленный поток информации от автора к адресату, что задает условия подчинения читателя воле журналистов. Особенность текста газеты как системы отдельных публикаций, объединенных концепцией издания, обуславливает воздействующую силу СМИ. Издание воспринимается как единое целое, мнение о газете как средстве массовой информации строится на совокупном восприятии каждого отдельного материала. Воздействующее начало СМИ заключено в разработанном каждым изданием риторическом образе читателя. Газета ориентируется на свой тип адресата.

Описан потенциал РВ, реализующийся в стратегии дискредитации и ее тактик, ходов и языковых маркеров. Выявлено девять тактик: 'насмешка', 'обвинение оппонента', 'рассуждения', 'опровержения', 'самовыражение группы-мы', 'самопрезентация группы-мы', 'угроза противнику', 'оскорбление оппонента', 'активизация эмоций'. Различные тактики реализуются за счет одних и тех же ходов. Цель использования тактики зависит от объекта дискредитации и концепции издания. Разные издания используют одинаковые наборы тактик и ходов. Разница в целях употребления тактик обусловлена концепцией и ориентацией на определенный тип адресата каждого отдельного СМИ.

Газета «Завтра» дает только негативную информацию о противнике. Расчет делается на эмоционально неустойчивого читателя, ощущение возмездия. Воздействие на эмоции достигается за счет тактики 'самовыражение группы-мы', хода 'Игра на понижение', также за счет тактик 'активизация эмоций', 'обвинение', 'оскорбление оппонента'.

«Правда» предоставляет контрастное описание группы-мы и группы-они и отдает предпочтение группе-мы, создавая впечатление пользы за счет тактики 'самопрезентация группы-мы', хода 'Игра на повышение', а также тактики 'опровержение'.

Применение этих тактик, по мнению автора, говорит об уязвимости аргументативной стороны текста. Авторитет «Правды» и КПРФ часто завышается.

«Комсомольская правда» с концепцией «развлекая, поучать» стратегию дискредитации использует чаще всего в подтексте. Ходы «КП» подразумевают активную деятельность самого читателя, задействуют его жизненный опыт, основываются на приемах 'приватизации знаний'. Языковые маркеры «КП» передают основную черту стиля газеты – иронию, на которой строится большинство тактик и ходов.

«Известия» предлагают уравновешенный анализ событий; воздействие «Известий» не настолько ярко, как в «Правде», не так агрессивно, как в «Завтра», и не скрывается за легкостью и непринужденностью, как в «КП». Учитывая особенности своей аудитории, «Известия» выбирают спокойный, уравновешенный характер тактик и ходов.

Прием когнитивного столкновения позволяет изучить не только воздействующий, но и манипулятивный потенциал газетных текстов. Суть этого приема в том, что текст одной направленности оказывается в смысловом поле текста другой направленности, что приводит к взаимодействию когнитивных сфер. При смешении дискурсов адресат неосознанно воспринимает не только очевидный смысл, отраженный в тексте, но и дополнительный, заключенный в наложении одного когнитивного поля на другое. Это дает возможность манипулировать сознанием адресата, незаметно внедряя дополнительную информацию, необходимую для достижения целей автора.

Основное достижение данного подхода состоит в комплексном исследовании стратегии дискредитации и набор тактик, ходов и языковых маркеров, обеспечиваю-

щих ее воздействующий эффект. Разбор приема когнитивного столкновения позволяет вскрыть манипулятивную силу СМИ. Результаты анализа подтверждены данными психолингвистического эксперимента.

Подход А. А. Любимовой [3] описывает открытую (риторика) и скрытую (манипуляция) формы РВ, осуществляемого в индивидуальном, групповом и массовом общении на языковом и внеязыковом уровнях.

На языковых уровнях РВ имеет следующие формы и приемы.

Лексико-грамматический: синонимия; эвфемизмы и дисфемизмы; изменение ассоциативного поля слова; упрощения, примитивизирующие и редуцирующие смысл высказывания; исторические параллели через имена собственные; прагматически нагруженные лексические группы; овеществление людей и событий; интенционально скрытые смыслы в абстрактных словах («прогресс», «свобода»); метафоры: подмена рационального обоснования иррациональным; штампы с заменой ассерции на пресуппозицию; мифы, основанные на положении, нуждающемся в обосновании; мнения экспертов с противоположной информацией; субъективная модальность; опущение экспериенцера и пассивизация перформатива.

Синтаксический: повтор (реприза, плеоназм, анафора и др.); параллельные конструкции; градация.

К логико-риторическим приемам неязыкового уровня причислены: подмена аргумента (довод сам требует доказательства); перенос смыслового акцента: аргументируется очевидное положение (ассерция), а доказываемое положение выступает как пресуппозиция.

К структурно-композиционным факторам РВ отнесены: расположение семантических единиц в тексте; акцентируемые и скрытые взаимосвязи между ними; структурно-семантические особенности вступлений и заключений; характер их заголовков и подзаголовков.

Достоинство подхода видится в комплексном рассмотрении РВ СМИ на сознание: от уровня слова до интертекстовой организации информации, в разработке языковых механизмов выявления скрытого РВ на сознание и определяющих их внеязыковых факторов.

Е. А. Еремина [4] исходит из идеи о многоканальности РВ: в одном медиатексте реализуются разные его формы РВ – текстовое и иллюстрационное, что дает «направленную структуризацию» описываемой ситуации, и это обуславливает РВ.

Визуальная составляющая может выполнять различные функции РВ: (а) общие – визуальной поддержки основной идеи медиатекста и символизации; (б) специфические – визуальной поддержки одного из аспектов основной идеи, расширения смыслового пространства медиатекста, дублирования, иллюстрирования, структурирования текста, снятия информационной перегруженности текста и функцию репрезентации образной составляющей медиатекста.

Для (а) выделены подфункции: (а1) выведения на первый план основной идеи медиатекста; (а2) символизации (цветовой или предметной).

Подфункции для (б): (б1) визуальной поддержки одного из аспектов основной идеи; (б2) расширения смыслового пространства медиатекста; (б3) дублирования; (б4) структурирования текста; (б5) снятия информационной перегруженности; (б6) репрезентации образной составляющей медиатекста.

Рассматриваемый подход характеризуется тщательным и весьма тонким анализом собственно языкового материала. К недочетам отнесем следующие.

(1) В теоретическом отношении основными недостатками можно считать отсутствие признаков таксономии функций и фактическое отождествление РВ с прагматической составляющей сообщения, хотя прагматика и РВ представляют собой пересекающиеся понятия. (2) Исследованию явно недостает разработанного аппарата стратегий и тактик: без них функции РВ выглядят статично.

В подходе Е. В. Двойниной [5] изучается манипулятивное РВ в новостных интернет-сайтах. Цель РВ понимается как убеждение реципиента сознательно принять чужую точку зрения. Если учитывать манипулятивный ракурс РВ, то такое определение выходит за рамки стандартного, потому что манипуляция имеет выраженные суггестивные признаки, с которыми принцип осознанности/сознательности не соотносится. Это подтверждается и принятием Е. В. Двойниной определения манипуляции, данного С. А. Сухих и В. В. Зеленской, как скрытого воздействия на человека.

Манипуляция концептуализируется рядом бинарных признаков, к которым относятся: характер вербального выражения (наличие/отсутствие); характер иллюкуции (речевая/инструментальная); направленность речевого акта (инициативная/ответная); степень осознанности речевого акта (наличие/отсутствие); характер речевого контакта (осознанный/неосознанный); характер протекания речевого акта (спонтанный/подготовленный); структура манипулятивных актов (одноактная/многоактная).

Реализация РВ предстает в виде осуществления манипулятивной стратегии, в которой выделены тактики близости/персонификации, виртуализации, квазиаргументации, редукции комплексности, гиперболизации и мультиплицирования, компрометации, риторических вопросов, создания контрастных оценочных альтернатив. Реализаторами тактик считаются приемы.

Исследуемым материалом выбраны заголовки, которые, по мысли автора, задают направление дальнейшей оценки информации, которая представлена на сайте. Заголовок трактуется с двух позиций: как макро- и как микротекст. Макротекстовое понимание предусматривает такие приемы манипуляции, как фрагментарная подача информации, особый подбор и компоновка тем, повторы, выдергивание из контекста и др. Микротекстовые приемы включают графические, фонетические, лексические и синтаксические. К графическим приемам отнесены: подчеркивание; цифровые обозначения; сокращения; символные обозначения; трансформированное написание слов. В фонетические приемы входит ритмизация и рифмизация. Лексические приемы включают опору на прецедентные тексты, трансформированные клише, метафоризацию, метонимизацию, использование антонимов, нормализацию, минимизацию. На синтаксическом уровне выделены приемы коллоквиализации, параллельных конструкций, повтора.

Несмотря на некоторую хаотичность представления тактик и приемов (некоторые из них представлены в диссертации, но в соответствующие списки не включены), исследование дает довольно полное представление о РВ в русско- и англоязычных новостных интернет-сайтах.

В подходе С. Л. Климинской [6] исследуются стратегии и тактики убеждения в аргументативном дискурсе (теледискуссии), а также приемы РВ (стилистические, композиционные, когнитивные и логические). Аргументация считается коммуникативным процессом, направленным на убеждение оппонента и сторонних участников дискуссии (аудитории) и на выработку компромисса. Такой подход, очевидно, лежит в рамках голландской прагматодиагностики. Дискуссия считается речевым актом аргументации, последний – макроречевым актом, реализатором языковых компетенций локуции, иллюкуции и перлокуции.

Аргументация рассматривается как стратегический процесс, опирающийся на интерпретацию получаемой информации и ее логический анализ. Сами стратегии базируются на существовании двух типов сценариев, связанных с эмоциональной и рациональными типами обработки информации. На первом типе основан доминирующий сценарий; его активизация с предполагаемыми реакциями на словесный сегмент считается позволяющей оппоненту выстроить собственную «аргументативную линию» [7] с поправкой на возможные реакции. На втором типе основан рациональный сценарий, с помощью которого моделируются выводы на основе признаков (относящихся к данному объекту или ситуации) моделей.

Аргументативной стратегией считается совокупность аргументов, продуцируемых говорящим и оцениваемых слушающим с точки зрения релевантности. Аргументация считается обладающей прагматическим, когнитивным и логическим уровнями [8].

Выделяется две стратегии убеждения: предостережение о негативных последствиях непринятия позиции говорящего (с тактиками увеличения темпа обсуждения, концентрации терминов, отсылки к авторитету, использования комплиментов и паралогических средств); дискредитация оппонента путем обоснования несостоятельности доводов (с тактиками раздражения противника, чтения его мыслей, отсылки к авторитету, повтора аргумента, концентрации вопросов, навешивания ярлыков).

Тактики считаются универсальными и варьируются в зависимости от этапа дискуссии. При этом в список попадают тактики, не имеющие отношения к стратегии убеждения. Так, на стадии введения используются тактики построения позитивного имиджа говорящего, формирования эмоциональной расположенности, привлечения внимания. На стадии конфронтации и аргументации выделены тактики контроля над сменой тем, контроля над инициативой, драматизации, актуализации проблемы, дискредитации, подчинения, запугивания, объяснения, обоснования, интерпретации, поддержки имиджа. На завершающей стадии выделены тактики пропаганды, рекламирования, оправдания опровержения, подтверждения.

Описываются языковые приемы смягчения стратегий и тактик убеждения на лексическом, грамматическом, синтаксическом, стилистическом и прагматическом уровнях.

К недостаткам подхода можно отнести следующее. (1) Не объяснено различие между понятиями *перлокутивная* и *аргументативная сила высказывания*, за исключением того, что суммативность первой коммуникантами увеличивает степень второй. (2) Не принимается во внимание установленная в литературе особенность перлокуции как не программируемого с точки зрения языка феномена: поэтому перлокуцию неправомерно считать языковой компетенцией. (3) Автор трактует формальную логику как компонент аргументирования, как базирующуюся на логике рассуждения и на неформальной логике. Однако первое понятие никак не соотносится с формальной логикой (оно спутано с логикой высказываний), а второе определяется отнюдь не наличием эмоционального компонента – ср. его определение в канадской школе аргументации. (4) Не объяснено объединение в одну стадию конфронтации и аргументации, которые в прагматодialeктике разведены. (5) Дискредитация попадает в разряд и стратегий, и тактик, а стратегии, характерные для разных стадий дискуссии, не описаны вовсе. (6) Неправомерным видится разделение грамматических и синтаксических средств: синтаксис традиционно принадлежит грамматике.

В подходе Н. А. Гончаровой [9] РВ в политических новостных сообщениях исследуется в проекции на категорию побудительности, которая рассматривается как когнитивный процесс у реципиента, ориентированный на реконструкцию авторского смысла.

Она осуществляется в три этапа: (а) мировоззренческо-концептуальная интеракция автора и реципиента; (б) формирование информационно-оценочного образа сообщения; (в) формирование политико-идеологической компетенции реципиента.

Побудительность рассматривается с точки зрения категорий смысла и деятельности. Эти аспекты воплощаются во всех трех названных этапах. Конкретное рассмотрение текстовой составляющей объекта смысло-деятельности производится в двух планах: директивном и информативном. Директивный характеризуется тремя аспектами: содержательно-информативным (на основе лексики текста), структурно-синтаксическим и адресантно-адресным (стиль и экспрессивно-оценочные оттенки значений). Информативный план представлен тоже тремя параметрами: фактуально-тематическим (эксплицитная информация), провокационно-подтекстовым (имплицитная информация) и концептуально-аналитическим (имплицитная информация).

В целом побудительность создается именно текстовой информацией, которая представлена языковыми средствами и импликатурами: подбором фактов; графическим оформлением; расположением текста в газете; объемом языкового материала; пунктуацией, креолизированностью.

Данный подход имеет определенную научную ценность, хотя рассмотренные категории могли получить большую теоретическую глубину, если бы анализ проводился в опоре на аппарат прагмалингвистики.

Проведенный анализ научных изысканий в данной области, несомненно, свидетельствует о многогранности феномена РВ, исследовательском потенциале этого лингвистического явления, различных методов и подходов к его изучению и о перспективности дальнейших научных разработок.

Ссылки на источники

1. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: методология и теория // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 5–18.
2. Горина Е. В. Газета в аспекте речевого воздействия на личность: дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург: Уральск. гос. пед. ун-т, 2004. – 247 с.
3. Любимова А. А. Языковые аспекты воздействия на общественное сознание: на сопоставительном материале средств массовой информации конца XX – начала XXI вв.: дис. ... канд. филол. наук. – М.: Моск. гос. ун-т, 2006. – 240 с.
4. Еремина Е. А. Множественность форм прагматического воздействия англоязычного медиадискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 26 с.
5. Двойнина Е. В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе (на материале русско- и англоязычных новостных сайтов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2010. – 22 с.
6. Климинская С. Л. Лингвостилистические средства реализации стратегий и тактик убеждения в аргументативном дискурсе (на материале англоязычных телевизионных дискуссий): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2010. – 27 с.
7. Там же. – С. 19.
8. Там же. – С. 21.
9. Гончарова Н. А. Лингвистические средства актуализации побуждения в аспекте новостного представления информации: дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар: Кубанск. гос. ун-т, 2013. – 154 с.

Oksana Mishchuk,

Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor, the Tula Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Tula

oksana_mishchuk@yahoo.com

The phenomenon of persuasion and methods of its study

Abstract. The paper deals with manifestation of persuasion and different approaches in linguistic research describing the models, which enable to disclose linguistic means of direct and indirect persuasion relevant to the evaluation of a language material.

Key words: persuasion, mass media discourse, linguistic manipulation, communicative strategies and tactics.

References

1. Tarasov, E. F. (1990). "Rechevoe vozdejstvie: metodologija i teorija", *Optimizacija rechevogo vozdejstvija*, Nauka, Moscow, pp. 5–18 (in Russian).
2. Gorina, E. V. (2004). *Gazeta v aspekte rechevogo vozdejstvija na lichnost': dis. ... kand. filol. nauk*, Ural'sk. gos. ped. un-t, Ekaterinburg, 247 p. (in Russian).
3. Ljubimova, A. A. (2006). *Jazykovye aspekty vozdejstvija na obshhestvennoe soznanie: na sopostavitel'nom materiale sredstv massovoj informacii konca XX – nachala XXI vv.: dis ... kand. filol. nauk*, Mosk. gos. un-t, Moscow, 240 p. (in Russian).
4. Eremina, E. A. (2007). *Mnozhestvennost' form pragmaticeskogo vozdejstvija anglojazychnogo mediadiskursa: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk*, Moscow, 26 p. (in Russian).
5. Dvojnina, E. V. (2010). *Rehevaja manipulacija v internet-diskurse (na materiale russko- i anglojazychnyh novostnyh sajtov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk*, Saratov, 22 p. (in Russian).
6. Kliminskaja, S. L. (2010). *Lingvostilisticheskie sredstva realizacii strategij i taktik ubezhdenija v argumentativnom diskurse (na materiale anglojazychnyh televizionnyh diskussij): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk*, Moscow, 27 p. (in Russian).
7. Ibid., p. 19.
8. Ibid., p. 21.
9. Goncharova, N. A. (2013). *Lingvisticheskie sredstva aktualizacii pobuzhdenija v aspekte novostnogo predstavlenija informacii: dis. ... kand. filol. nauk*, Kubansk. gos. un-t, Krasnodar, 154 p. (in Russian).

Рекомендовано к публикации:

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
 главным редактором журнала «Концепт»

Поступила в редакцию <i>Received</i>	28.04.16	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	30.04.16
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	30.04.16	Опубликована <i>Published</i>	30.05.16



www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2016

© Мишук О. Н., 2016