

Оглавление

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Цель, задачи, принципы анализ, целевая аудитория.....	7
---	---

ЧАСТЬ I

ФОРМЫ, СТРАТЕГИИ,

СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ	10
-------------------------------------	----

РАЗДЕЛ 1

Язык как инструмент воздействия в обществе	10
--	----

1.1. Язык как инструмент воздействия: «знаю, почему»	11
--	----

1.2. Язык как инструмент воздействия: «знаю, как»	13
---	----

1.3. Речевое воздействие: основные формы и направления анализа	21
---	----

1.3.1. Риторика как наука о речевом общении	21
---	----

1.3.2. Персуазивность и суггестивность как способы языкового воздействия	24
---	----

1.3.3. Речевые манипуляции: к определению понятия	29
---	----

1.3.4. Пропаганда: к определению понятия.....	33
---	----

1.3.5. Нейро-лингвистическое программирование.....	34
--	----

Литература для углубленного чтения к Разделу 1	36
--	----

РАЗДЕЛ 2

Воздействующая речь: основные средства	37
--	----

2.1. Лексические средства	38
---------------------------------	----

2.1.2. Эвфемизмы и дисфемизмы	39
-------------------------------------	----

2.1.3. Интенсификация и генерализация оценки	40
2.1.4. Стереотипы, ключевые слова, ярлыки	41
2.1.5. Семантически пустые слова	49
2.1.6. Опора на авторитет науки.....	50
2.2. Грамматико-синтаксические средства.....	52
2.2.1. Манипулирование ролями субъекта и объекта действия	53
2.2.2. Субъектные и бессубъектные высказывания.....	54
2.2.3. Диалогизация и обращенность речи.....	56
2.3. ИмPLICITная информация и скрытые смыслы.....	60
2.3.1. Импликатуры связной речи и импликации.....	61
2.3.2. Пресуппозиция как скрытая посылка	64
2.4. Конструирование контекстов	66
2.5. Лингвистическая экспертиза продуктов речевой деятельности	69
Литература для углубленного чтения к Разделу 2	72
РАЗДЕЛ 3	
Формат речи как средство воздействия	73
Литература для углубленного чтения к Разделу 3	81
РАЗДЕЛ 4	
Стратегии и тактики воздействующей речи: общая характеристика	82
4.1. Коммуникативная иерархия: стратегия — тактика — средство.....	82
4.2. Типичные средства и тактики речевого воздействия.....	85
Литература для углубленного изучения к Разделу 4	93

Часть I

ФОРМЫ, СТРАТЕГИИ, СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Раздел 1

Язык как инструмент воздействия в обществе

В результате изучения раздела читатель должен:

- **знать:** основные социальные условия, обеспечивающие востребованность эффективного речевого общения; особенности речевого воздействия: рационального, аффективно-чувственного, прямого, латентного, манипулятивного;
- **уметь:** различать основные формы речевого воздействия: аргументирование, суггестию, персуазивность, манипуляцию, пропаганду;
- **владеть:** основными выводами и положениями прагматически и функционально ориентированной лингвистики, раскрывающими роль языка как инструмента воздействия на адресата.

1.1. Язык как инструмент воздействия: «знаю, почему»

Речевое воздействие рассматривается, как правило, в рамках современных научных концепций об эффективном речевом общении. Вопросы функционирования и целенаправленного употребления языка в обществе оказались одновременно интересными и практически востребованными для разнородных социальных, политических, экономических направлений. Этому способствовала совокупность разнородных факторов.

Со второй половины XX в. маркируется качественный перелом в развитии промышленности, сферы услуг. Начинаются кризисы перепроизводства, конкуренция и как следствие, оказываются востребованными в большем и качественно ином объеме реклама как целенаправленная и продуманная стратегия навязывания товара, завоевания потребителя. Возрастает роль прессы и телевидения для массовой аудитории.

В условиях демократического общества по-новому осмысливается роль отдельной личности. Плюрализм и многообразие взглядов, возможность выбора в политические партии, государственные структуры увеличивало количество коммуникативных ситуаций, когда необходимо вступать в общение и убеждать, мотивировать другого к совершению действий или изменению оценок. Прямым следствием этого стала и тенденция к большей демократизации управления, которая с последнего десятилетия XX века известна как «тихая управленческая революция». Будущее менеджмента связывается с т. н. «партиципативными», то есть соучаствующими формами управления. В управлении востребованным стало целенаправленное воздействие на людей, активизирующее их совместную деятельность. Все большее использование получают

системы управления на основе предвидения изменений и гибких маневренных решений.

Одновременно с этими общими социальными процессами увеличивается потребность в обучении общению. Возникает целенаправленный интерес к новым научным дисциплинам — теории перевода, дидактике и преподаванию иностранных языков, психолингвистике, теории коммуникации. Все вместе это обусловило востребованность изучения отдельных речевых высказываний в системе с коммуникативными практиками общества. Наука о языке меняет свои теоретические и методологические приоритеты. Для адекватного понимания высказывания внутри лингвистики стал привлекаться комплекс экстралингвистических факторов, неязыковых компонентов ситуации. Значение высказывания стало неотделимым от прагматической ситуации, от коммуникативной цели автора сообщения и, далее, стало изучаться как часть дискурсивной практики.

Речь — это целенаправленное когнитивное (мыслительное) и коммуникативное действие, основной способ осуществления взаимодействия людей. Языковые явления и процессы изучаются в лингвистике с конца 1960-х гг. в функциональном, антропоцентрическом измерении, то есть с позиций «присвоения» их человеком — носителем языка. Иначе говоря, целенаправленное речевое общение, речевое взаимодействие предполагает речевое воздействие.

Современная лингвистическая теория, специализирующаяся в коммуникативном, прагматическом направлениях, исходит из существования двух антропоцентров коммуникации: адресанта — отправителя сообщения, речевого субъекта и адресата — получателя сообщения, реципиента. Следовательно, в информации, передаваемой средствами языка, всегда заключено определенное отношение языковой личности

к единицам/формам/структурам языка, которые эта личность использует с разной степенью осознанности и целенаправленности в своей речевой деятельности. Потенциальный адресат является важнейшим фактором, регулирующим целесообразность и целенаправленность высказывания/речи, поскольку субъект речи всегда ориентирован на воспринимающее сознание, на коммуникативно-познавательные способности адресата.

1.2. Язык как инструмент воздействия: «знаю, как»

Речь представляет собой одну из самых сильных и результативных форм воздействия. Язык есть один из инструментов социальной власти.

Что это значит в практическом, инструментальном отношении? Как можно влиять через язык? В какой степени и в каких пределах использование языка человеком предполагает осуществление влияния и власти?

Показательную иллюстрацию заимствуем у классиков литературы. Герой романа Марка Твена Том Сойер однажды был лишен воскресного выходного и должен был покрасить забор в качестве наказания за свои шалости. Это неприятная работа для мальчишки, особенно потому, что он обязан это делать. Как помнят прочитавшие роман М. Твена, Тому Сойеру не пришлось выполнять работу самому. Он заставил покрасить забор других мальчишек, проходивших мимо в воскресный день и намеревавшихся посмеяться над наказанным Томом. Другие не только сделали его работу, но и отдали к тому же вознаграждение за предоставленное им право белить забор. Том Сойер построил разговор (сформулировал

высказывание) в ответ на насмешки так, что другие захотели сами белить забор. Он сыграл на том, что работа есть то, что мы не обязаны делать: он представил поручение своей тети Полли как особенное, недоступное всем и каждому, как знак отличия и, исходя из этого, привлек внимание, вызвал зависть других, разжег их желание сделать то же и вместо него. В основе такого воздействия лежит последовательность тех коммуникативно-стратегических действий, которые описываются формулой рекламодателей AIDA: Attention (привлечь внимание), Interest (вызвать интерес), Desire (вызвать желание получить что-либо), Action (побудить к действиям). Результат достигнут средствами языка, особым формулированием.

Структура высказывания неоднородна, содержит эксплицитные, то есть выраженные средствами языка значения и имплицитные, скрытые смыслы. Под скрытым смыслом понимается смысл, не выраженный вербально в высказывании, но подразумеваемый, потенциально выводимый. Наличие скрытых смыслов позволяет разгрузить высказывание и обеспечить эффективность и экономность речевых усилий за счет увеличения передаваемого содержания на единицу плана выражения.

Теоретические объяснения и практическая реализация этих ключевых позиций складывались после т. н. прагматического поворота в 1970–1990-е гг. в рамках лингвистической прагматики, теории речевых актов, лингвистики текста. В центре внимания оказалось практическое применение языка, вызванное изменившимися общественными условиями и новыми потребностями.

Реальная действительность может быть описана различными способами, которые эквивалентны с лингвистической точки зрения, но не эквивалентны с точки зрения индивидуального понимания высказывания/текста. Автор сообщения

имеет возможность выразить в языковой форме свою коммуникативную цель или интересы — личные, групповые. Речевое сообщение не нейтрально к передаче фактического содержания. Например, высказывания *«Пройдено уже полпути»* и *«Пройдено еще полпути»* отражают одну и ту же ситуацию объективной действительности, но с различных субъективных точек зрения и с различной оценкой действительности.

Воздействие на воспринимающее сознание может оказываться особым речевым формулированием, нацеленным на внедрение в сознание другой личности определенных оценок, мнений, отношений. Это необязательно связано с ложным, искажающим факты изложением. Чтобы проиллюстрировать значимое здесь различие, вспомним литературный пример — басню И. А. Крылова о Вороне и Лисице. Что можем мы усмотреть в этом примере с точки зрения обсуждаемой проблемы?

Буквально, то есть в плане выражения, Лисица просила Ворону, державшую в клюве сыр, спеть и ввела ее при этом в соблазн покрасоваться, выставиться напоказ. Она не предупреждала о последствиях, о том, что сыр может выпасть, и не обещала вернуть упавший сыр. В строгом смысле, высказывания Лисицы нельзя считать ложными.

А как часто используются абсолютно прямые выражения? Многочисленные риторические фигуры (фигуры речи) дают примеры изменения буквального значения слова/выражения, его непрямого использования. И таких явлений в языке множество. Это метафоры, т. е. скрытые сравнения через применение признака одного предмета к другому, типа огонь ненависти; он — ястреб в политике; гиперболы — заведомые преувеличения, повышающие экспрессивность высказывания: сказать тысячу раз, сто лет не виделись, миллион недостатков;

литоты — нарочитые преуменьшения: одна капля, миг счастья; эвфемизмы — замена одних слов другими, эмоционально нейтральными, заменяющими неприличные, нетактичные, грубые слова: он пьян — он нетрезв; толстый — полный. В конвенциональных формулах вежливости «Вы не передадите мне соль?» заключен не вопрос, но заинтересованность говорящего в выполнении действия. Вопрос создает дополнительный, непрямой смысл побуждения к действию.

Ряд примеров может быть многократно продолжен. Получается, что «для истины в языке остается только узкая улочка. Это — простое повествовательное предложение», типа «Это стол», — так высказался немецкий лингвист Х. Вайнрих, поставивший одним из первых в языковедении XX века на новом прагматическом переломе вопрос о том, что язык — это средство скрывать мысли, а не только выражать их. Язык в его знаковой функции может быть злоупотреблен для искажения действительности и стать средством сокрытия истины. «Лингвистика лжи» — так называлась работа Х. Вайнриха, написанная в 1965 г. в рамках конкурса «Может ли язык скрывать мысли?», объявленного немецкой Академией Языка. Эта работа обсуждает логико-философские вопросы лжи как возможности маскировать мысли. Лингвистически она интересна тем, что ставит проблему непрямого высказывания в компетенцию лингвистики и выделяет тонкие нюансы различения лжи как сознательного намерения обмануть в аспекте этики, морали, и «иносказания», т. е. удачного, целесообразного, коммуникативно обусловленного изменения значения слова.

Проблема «лингвистики лжи» фокусирует речевые приемы и средства, с помощью которых обеспечиваются желательные для говорящего эффекты воздействия, возможные ситуации умолчания, приписывания, навязывание информа-

ции. Проблема лжи как манипуляций включает в себя очень широко очерченный круг вопросов, и к перечисленным выше можно добавить лесть, притворство и т. д.

В языковедческих исследованиях это проблема оказалась сфокусированной как проблема прямой и не прямой коммуникации. Основные результаты обсуждения сводятся к следующему. Любые формы речевого общения содержат элементы не прямой коммуникации. Прямое и не прямое высказывание как противоположные типы не могут быть отделены друг от друга на основании каких-либо однозначных формальных показателей, выраженных в речевой структуре. Главное, что следует подчеркнуть при анализе не прямого высказывания — это необходимость интерпретационных усилий со стороны адресата, его осознание ситуации языковой игры, предполагающей декодирование дополнительных, скрытых смыслов.

Не прямая коммуникация рассматривается как эффективная форма речевого общения с позиций риторических приемов, общественной конвенциональности, речевой креативности и, наконец, национально-культурной обусловленности прямоты и/или не прямоты высказываний.

Всякий выбор слова, выбор номинации — это субъективно-оценочный акт. Выбор слова не нейтрален. В языковой единице — слове, аффиксе, грамматической конструкции может быть выражено отношение говорящего/пишущего к содержанию сообщения и к его адресату. Оценочное отношение может быть постоянно закреплено в языковой единице, и тогда речь идет о лексикализованной или грамматикализованной оценке, встроенной в содержание языковой единицы. Оценочный компонент значения, однажды возникнув на основе предметно-логического значения, сохраняется и даже может значительно модифицировать само предметно-

логическое значение, ср.: герой — изменник, инициатор — зачинщик — застрельщик. Выбор слова не только отражает различие в оценках (положительных или отрицательных), в эмоциях, но способен навязать другому определенное отношение, т. е. направлять и управлять восприятием и пониманием.

В 1980–1990-е гг. велись активные разработки и получены многие доказательства того, что язык влияет на восприятие действительности и воздействует на разнообразные психические процессы. Очень показателен пример, известный специалистам и приводимый в связи с историей возникновения гипотезы лингвистической относительности Сепира—Уорфа. Ключевой тезис этой гипотезы — «Мы расчленяем природу в направлении, подсказанном нашим родным языком». Как известно, Б. Уорф, создавший гипотезу лингвистической относительности, не был профессиональным лингвистом. Химик-технолог по образованию, он работал в страховой компании. Один из случаев в его практике расследования стал катализатором в осмыслении языкового детерминизма. Расследуя причины пожара на топливном складе, Уорф обратил внимание, что опытные, знающие свое дело рабочие, обычно очень осторожные при работе с топливными цистернами, могут закурить, если на цистернах написано «Пусто/Empty». Рабочим известно, что даже в пустой цистерне находятся бензиновые пары, опасно воспламеняющиеся. При этом слово «пусто» воздействует на их сознание, заставляет расслабляться, снимает рациональный контроль. Уорф сделал в той ситуации вывод, что слово управляет человеческим сознанием. Вывод, распространенный его соавтором по гипотезе лингвистом Э. Сепиром вообще на полную взаимосвязь языка и мышления (что не признается большинством специалистов как чрезмерно категоричный вывод).

Пример того, как выбор слова может навязывать определенные идеологические взгляды, дает немецкий язык в период существования двух государств ГДР и ФРГ. В средствах массовой информации Германской демократической республики использовалось особое обозначение государственных деятелей Федеративной Республики Германии, например, «Kriegsminister Strauß» (военный министр Штраус), что соответствовало в ФРГ «Bundesverteidigungsminister» (федеральный министр обороны). При сравнении семантики поставленных в оппозицию слов «министр обороны/военный министр» становятся очевидными мотивы различных номинаций. Первое обозначение указывает только на деятельность лица, а именно, отражение силовых акций других государств, то во второй лексеме имплицирована цель деятельности: подготовка или реализация военных действий против других и, следовательно, негативная оценка характера этой деятельности. Аналогичный субъективно-оценочный принцип номинации прослеживался в выборе слов в прессе западной Германии: социалистический сосед именовался как «Phänomen DDR; sogenannte DDR». Добавление слов «феномен ГДР; так называемая ГДР» ставило под сомнение характер ее государственности, право на существование и превращало высказывание из нейтрального в субъективно-оценочное.

Подобные примеры можно найти в различные исторические периоды в разных странах: выбор тех или иных наименований чутко отражает определенную политическую, идеологическую ситуацию. Так, во Франции политически корректным является эвфемизм «выходцы из Северной Африки» или «выходцы из стран Магриба» вместо «арабы». Это является продолжением той же тенденции, которая заставила в свое время говорить «афроамериканец» вместо «негр».

Конструирование восприятия может осуществляться с помощью целенаправленного выбора слов или, точнее, через переименование понятий, «навешивание ярлыков». Например, назвав инвалида калекой, бережливого — скупым, проявления социального недовольства — акцией неповиновения законному правительству, можно задать негативно оценочную перспективу. И, наоборот, номинации, типа *«уборщица — техническая служащая, бюрократ — педантично исполняющий обязанности, бомбардировка Ирака — защитная реакция, застой — нулевой рост»* снимают неприятные коннотации и делают предмет высказывания соответственно значимым, безобидным, вынужденной мерой и т. п. Примечательно, что в современной коммерческой сфере происходит сознательная замена одних слов другими. Вместо «продавец» говорится «консультант», вместо «цена» — «тариф». Эта тенденция прослеживается как универсальная в различных языках.

Итак, язык как семиотическая система закладывает возможность вариативного отражения объективной действительности средствами этого языка. При общем денотативном значении слова возможны различия в его коннотациях — дополнительных эмоционально-оценочных субъективно-личностных значениях.

План содержания и план выражения высказывания не являются зеркально совпадающими. Глубинная и поверхностная структура высказывания не тождественны. Наличие эксплицитного, выраженного средствами языка, и имплицитного, то есть скрытого, не выведенного в поверхностную структуру компонентов является предпосылкой и источником неоднозначной вариативной интерпретации высказывания.