

АГРАШЕВА О. Е.

ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФЕНОМЕНА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация. Статья посвящена анализу некоторых онтологических проблем феномена речевого воздействия. Автор обращается к структуре феномена и даёт ему определение. В статье также анализируется возможность оценки успешности речевого воздействия, исходя из общих представлений о механизме его реализации.

Ключевые слова: речевое воздействие, речевое манипулирование, успешная коммуникация.

AGRASHEVA O. E.

ONTOLOGICAL ISSUES OF SPEECH PERSUASION

Abstract. The article presents an analysis of some ontological issues of speech persuasion. The author describes the structure of the phenomenon and defines it. The study also considers the opportunity to evaluate the success of speech persuasion based on the general ideas of its implementation.

Keywords: speech persuasion, speech manipulation, successful communication.

Речь, в силу своей природы, обладает полифункциональным характером. Во-первых, наличие различных функциональных типов речи обуславливает существование разнообразных речевых задач и специфических речевых функций. Во-вторых, речь как феномен является объектом исследования не только лингвистики, филологии, риторики, что уже само по себе способствует появлению несколько различных точек зрения на вопрос о функциональном разнообразии речи, но и других научных дисциплин, которые уже наиболее существенно отличаются от вышеперечисленных по своему внутреннему содержанию. Сюда можно отнести, например, психологию, криминалистику, медицину, социологию, менеджмент и проч. Наконец, определение функционала речи может варьироваться в зависимости от персонализированных воззрений конкретных учёных. Так, например, по Маклакову А. Г. [7] речь обладает функциями выражения, сообщения, обозначения и воздействия. Немов Р. С. [8] выделяет следующие функции:

1. Основные:

1.1 коммуникативная – речь воспринимается как средство общения и обмена информацией (генетически первична);

1.2 интеллектуальная – речь воспринимается как один из главных акторов регуляции процессов мышления, что наилучшим образом реализуется во внутренней речи;

1.3 мотивационно-регулирующая – речь как средство регуляции внутренних процессов и поведения окружающих;

1.4 психодиагностическая – речь как объект анализа психологического состояния человека, что может применяться как на бытовом, так и на научном уровнях, например, в повседневном общении или в практической психологии;

1.5 психотерапевтическая – речь как средство терапии, например, в аутогенной тренировке, нейролингвистическом программировании и проч.

2. Второстепенные:

2.1 познавательная – речь как средство получения разнообразных знаний, в т. ч. «побочных», т.е. тех, которые изначально не были в фокусе внимания субъекта. Последнее чаще всего реализуется посредством СМИ и социальных сетей;

2.2 интеграционная – речь как инструмент объединения людей и конструирования социальных общностей.

По Рубинштейну С. Л. [10] речь обладает следующими функциями:

1. коммуникативная – помимо того, что в рамках данной функции речь воспринимается как основное средство общения, т.е. затрагивается непосредственно коммуникативная сторона общения (с информационным, выразительным и волеизъявительным аспектами) здесь можно выделить ещё два речевых аспекта, которые связаны с перцептивной и интерактивной сторонами общения. В первом случае речь воспринимается как средство восприятия и понимания информации, а во втором – как средство взаимодействия людей;

2. сигнификативная – речь воспринимается как инструмент психической деятельности (коррелирует не только с мышлением, но и с сознанием в целом), который позволяет присваивать названия, ассоциации, условные знаки предметам и явлениям.

Однако их полноценное функционирование возможно лишь в единстве. Так, например, только при наличии единой сигнификативной системы возможна корректная реализация информационного аспекта коммуникативной функции, способствующая формированию взаимопонимания.

Существуют также и другие варианты типологий функций речи, однако, независимо от того, какую из типологий считать наиболее полной или наиболее объективной, им всегда сопутствует ещё одна важная функция речи, которая, как правило, незаслуженно обделена вниманием исследователей. Это функция воздействия. Под воздействием понимается некая целенаправленность, реализация которой возможна при наличии субъекта и объекта воздействия, а в основе лежит убеждение или внушение. В широком смысле воздействие – это неотъемлемая характеристика речи, которую можно рассматривать и в качестве функции, поскольку любой текст в большей или меньшей степени обладает воздействующим потенциалом и имеет в своей основе некую неречевую цель.

В узком смысле речевое воздействие присутствует лишь там, где оно выступает ключевой задачей коммуникации, или, иными словами, коммуникация инициируется только для того, чтобы посредством речи можно было оказать воздействие на потенциального реципиента. В данном случае мы имеем дело с воздействием не столько как с функцией речи, сколько с самостоятельным феноменом, который является объектом исследования теории речевого воздействия. Именно здесь в полной мере раскрываются базовые принципы воздействия (названные выше убеждение и внушение). При этом важно понимать, что в процессе продуцирования речевой деятельности задействуются собственно лингвистические, т.е. вербальные, а также паралингвистические и экстралингвистические, т.е. невербальные факторы [1; 2; 3], поэтому даже в узком смысле речевое воздействие представляет собой целый комплекс средств, которые не всегда имеют непосредственное отношение к языковой стороне речи. Таким образом, речевое воздействие – это влияние, оказываемое субъектом на реципиента с помощью как вербальных, так и невербальных средств.

Наличие чёткой цели и адекватность используемых языковых средств по Стернину И. А. [12] является отличительной характеристикой речевого воздействия. При этом цель может обладать коммуникативным, информационным и/или предметным характером, а отбор средств для их достижения можно оценить с опорой на результат воздействия. В идеальных условиях происходит достижение всех целей, однако, это возможно не всегда, поэтому следует обозначить минимальный набор необходимых условий для успешной реализации воздействия.

В связи с этим под успешной реализацией воздействия можно понимать либо результативную, либо эффективную коммуникацию. Согласно Стернину И. А. результативной, но неэффективной можно назвать ту коммуникацию, в которой достигнуты предметная и информационная цели, а эффективной, но нерезультативной ту, где достигнуты информационная и коммуникативная цели. Однако существуют и экстралингвистические показатели эффективности, например, позаимствованные из экономики, когда «взаимодействие... достигает своих целей с минимальными затратами времени и энергии, оставляя чувство удовлетворения» [4, с. 8].

Также существует точка зрения Шелестюк Е. В. [14], которая полагает, что стоит разграничивать критерии оценивания эффективности и результативности простого речевого акта, и того, которое обладает особым воздействующим потенциалом (понимание речевого воздействия в узком смысле) – поскольку во втором случае именно предметная цель является ключевой для субъекта воздействия, то и оценка успешности коммуникации должна происходить с учётом достижения или не достижения обозначенной цели.

Мы полагаем, что чёткая постановка основной цели речевого воздействия является одним из важнейших этапов создания речевого акта с особым воздействующим потенциалом, поскольку именно этот этап будет определять стратегии и тактики воздействия, повлияет на отбор конкретных средств и приёмов. Однако, стоит отметить, что, во-первых, данный этап имеет место только в случае сознательного речевого воздействия, и не относится к ситуациям бессознательного речевого воздействия. Во-вторых, для того, чтобы оценивать успешность коммуникации, обладающей воздействующим потенциалом, с точек зрения результативности или эффективности, стоит всегда обращать внимание на ключевую цель субъекта воздействия. Классификация целей может варьироваться и выходить за рамки сугубо лингвистического понимания (чаще всего в сферу психологии). Единственная характеристика, которую можно дать данной цели без привязки к анализу конкретных речевых актов, заключается в том, что она всегда непосредственно связана с реципиентом. Но так или иначе именно ключевая цель субъекта будет обуславливать критерии оценки результативности и эффективности воздействия.

После того, как цель сформулирована, необходимо переходить к выбору стратегий и тактик её достижения. Последний зависит от множества факторов, главным образом, граничащих с экстралингвистикой: какому дискурсивному полю будет принадлежать будущий текст, что представляет собой объект воздействия (это один человек или целая аудитория, если это аудитория, то из кого она состоит), когда и при каких условиях будет осуществляться воздействие (данный фактор особенно важен в случае устных текстов, например, публичных выступлений) и проч. В частности, одним из важнейших факторов, который не всегда поддаётся объективной и полной оценке, – это имеющиеся установки аудитории в отношении предлагаемой темы. Они составляют значительную часть того, что в исследованиях Паршина П. Б. [9] называется «защитным барьером» объекта. В случае, если он сформирован и сформирован в достаточной степени качественно, то его преодоление и будет первым признаком того, что субъект успешно движется в направлении достижения основной цели своего речевого акта. Паршин П. Б. даже говорит о том, что если произошло преодоление этого барьера, то реализацию речевого воздействия уже можно считать состоявшейся. Если мы говорим о речевом воздействии, основанном на убеждении, или конструктивном воздействии, тогда вопрос о преодолении барьера является предметом исследования риторики и теории аргументации; если же речь идёт о воздействии, основанном на внушении, иными словами, деструктивном воздействии или манипулировании, тогда к непосредственно речевым техникам подключаются психолингвистические (суггестивные, логические ловушки и проч.).

Однако стоит обратить внимание на масштаб второй разновидности воздействия. Ковешникова М. Н. [5], характеризуя речевое манипулирование, отмечает, что, благодаря ему объект не осознаёт присутствие воздействия, некритично воспринимает поступающую информацию, расценивает её как объективную, тем самым погружаясь в ситуацию заблуждения, формируемую субъектом. Смирнова И. В. [11] характеризует речевую манипуляцию как «побуждение адресата к совершению определённых действий, посредством восприятия высказываний за истинные без опоры на доказательную силу релевантных аргументов». Фролова О. Е. [13], говоря о речевом манипулировании, также делала акцент на искажении представлений объекта о содержании сообщения и писала о таких его вариантах, как «неполное описание ситуации, добавление в описание новых партиципантов, игра модальностями, представление единичного события как повторяющегося». Среди прочих способов манипулирования выделяют умолчание, селекцию, искажение информации и проч. [6; 15]. У различных исследователей мы можем увидеть различные классификации проявления данного феномена. Однако, мы полагаем, что один из таких способов, часто выделяемых исследователями, нельзя в полной мере отнести к речевой манипуляции – это конструирование, т.е. придумывание информации, несоответствующей действительности. Смысл речевого манипулирования заключается в искусном использовании языковых средств, а не в подмене фактов или преднамеренном вымысле. Именно это и отличает речевую манипуляцию от обмана.

Таким образом, на сегодняшний день феномен речевого воздействия всё ещё остаётся недостаточно изученным и теоретически структурированным. В связи с этим существуют серьёзные разночтения как в терминологическом аппарате, так и в системных представлениях. Мы полагаем, что речевое воздействие представляет собой особый лингвистический феномен, реализуемый субъектом воздействия посредством убеждения или внушения с использованием вербальных и невербальных средств. Отбор средств и приёмов воздействия для достижения целей субъекта должен происходить системно, т.е. должен служить промежуточным целям, достигаемым посредством стратегий и тактик воздействия. Подобное понимание касается сознательной стороны феномена, однако, наряду с ним существует и бессознательное воздействие, при котором субъект воздействия не осознаёт своей роли, но тем не менее, оказывает влияние на объект. В целях более полного представления о феномене речевого воздействия необходимо дальнейшее исследование его содержания, инструментария и экспликации в различных текстах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беткер Л. М. Теоретико-прикладные аспекты исследования паралингвистических характеристик речи // Вестник угроведения. – 2013. – №1 (12). – С. 70–75.
2. Воронцова Т. А., Ковальчукова М. А. Речевое общение. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2015. – 67 с.
3. Григорьев Е. И., Карандеева Л. Г. Особенности реализации речевого воздействия в процессе устной коммуникации // Казанская наука. – 2018. – №4. – С. 57–63.
4. Гришина Н. В. Я и другие: общение в трудовом коллективе. – Л.: Лениздат, 1990. – 174 с.
5. Ковешникова М. Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования // XVIII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф. 22-23 апреля 2014 г. – СПб., 2014. – С. 387–394.
6. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб пособие. – М.: Флинта, 2008. – 176 с.
7. Маклаков А. Г. Общая психология. – СПб.: Питер, 2001. – 592 с.
8. Немов Р. С. Психология: общие основы психологии. – М.: Владос, 2020. – 687 с.
9. Паршин П. Б. Речевое воздействие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html (дата обращения 20.04.2023).
10. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – СПб.: Питер, 2002. – 720 с.
11. Смирнова И. В. Программа политической партии в системе текстов политического дискурса и её персуазивное воздействие на избирателя // Вестник МГИМО. – 2014. – № 1. – С.270–276.
12. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001. – 227 с.
13. Фролова О. Е. Некорректное речевое воздействие: текст и метатекст // Филологические заметки. – 2021. – № 2. – С. 63–76.
14. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. – М.: Флинта, 2014. – 344 с.
15. Щербатых Ю. В. Искусство обмана. Популярная энциклопедия. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 720 с.