

УДК 81-11
ББК 81

Н.А. Помырляну

**РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ:
СПОСОБЫ, ТИПЫ И ПРИЕМЫ**

Рассматриваются теоретические аспекты речевого воздействия: вопрос о содержании и объеме понятия «речевое воздействие», определение манипулятивного речевого воздействия, традиционные способы речевого воздействия и соответствующие им ряд типов речевого воздействия. На основании исследований в областях психолингвистики, практической психологии, педагогики, управления людьми, идеологической пропаганды, рекламы, а также риторики и практики аргументации автор приводит типологию приемов речевого воздействия.

Ключевые слова: *речевое воздействие, манипуляция, некорректное речевое воздействие, софизмы, убеждение, доказательство, обоснование, аргументация, внушение, суггестия.*

Помырляну Наталья Александровна – аспирант кафедры теории и практики английского языка факультета лингвистики и словесности Южного федерального университета

Тел.: 8-903-473-56-46

E-mail: nata-pom@yandex.ru

Вопрос о содержании и объеме понятия «речевое воздействие» в настоящее время нельзя признать до конца разрешенным. Речевое воздействие традиционно трактуется в широком и узком смыслах. Суммируя существенные характеристики речевого воздействия на основании анализа ряда источников [Тарасов; Паршин, Петренко; Почепцов; Стернин, Сергеечева; Шелестюк], можно дать ему следующие дефиниции. В широком смысле речевое воздействие – это произвольная и непроизвольная передача информации субъектом реципиенту (либо группе реципиентов) в процессе речевого общения в устной и/или письменной формах, которая осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств и определяется сознательными и бессознательными интенциями адресанта и целями коммуникации – предметной, коммуникативной или информационной, а также пресуппозициями и конкретной знаковой ситуацией. Речевое воздействие в широком смысле имеет и обратную сторону: это тот коммуникативный эффект (результат), который то или иное сообщение оказывает на реципиента.

В узком смысле речевое воздействие – влияние, оказываемое субъектом на реципиента с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения, отличающееся особыми предметными целями говорящего, которые включают изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента.

та, перестройку категориальных структур его сознания, изменение поведения, психического состояния либо психофизиологических процессов. Достижение этих целей предполагает решение адресантом ряда задач: преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико = когнитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально = установочное внушение). Речевое воздействие в узком смысле имеет обратную сторону: это изменения смысловых структур, оценок, поведенческих моделей и психофизиологических процессов реципиента в результате речевого действия субъекта коммуникации.

Особо остановимся на определении понятия манипулятивного речевого воздействия, или манипуляции. Манипуляция – это вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент. В более частном понимании манипуляция рассматривается как воздействие, при котором знание потребностей, мотиваций другого лица эксплуатируется в негативном плане и используются приемы, вынуждающие это лицо принимать невыгодные решения, совершать незапланированные действия либо поступки, противоречащие его имиджу и даже неприемлемые для него как личности [Сергеечева, с. 19]. Манипулятивное речевое воздействие соответствует манипуляции с помощью речи и паралингвистических средств. Из авторитетных теоретических источников можно выделить следующие основные признаки манипуляции: родовой признак – психологическое воздействие, отношение манипулятора к другому как средству достижения собственных целей, стремление получить односторонний выигрыш, скрытый характер воздействия (как факта воздействия, так и его направленности), использование (психологической) силы, игра на слабостях, побуждение, мотивационное привнесение, мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий.

Так же необходимо разграничивать понятия манипулятивного и некорректного речевого воздействия. Если первое предполагает неучет интересов собеседника и носит, таким образом, сугубо психологический и телеологический характер, то второе связано с нарушением логики при убеждении или применении некорректных средств при побуждении. Как манипулятивное речевое воздействие может предполагать использование некорректных приемов и инструментов, так и неманипулятивное (лояльное).

Мы выделяем три способа речевого воздействия: убеждение и внушение (суггестия) и побуждение (волеизъявление), которым соответствуют ряд типов и приемов речевого воздействия. Для этого рассмотрим каждый способ речевого воздействия.

Убеждение – воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основа метода убеждений – отбор, логическое упорядочение фактов и выводов согласно еди-

ной функциональной задаче, логическое доказательство вкупе с эмоциональным воздействием, призванное обеспечить сознательное принятие реципиентом системы оценок и суждений в согласии с иной точкой зрения [Панкратов; Головин].

Убеждение строится с помощью логических процедур, которые объединяет выстраивание связной структуры дедуктивных, индуктивных рассуждений и рассуждений по аналогии, состоящих из тезисов, аргументов и выводов; логической конструкции из силлогизмов, индуктивных умозаключений, умозаключений по аналогии: доказательства, обоснования и аргументации [Шелестюк, с. 48].

Доказательство – процедура установления истинности некоего высказывания (тезиса) путем его выведения из других высказываний (аргументов, оснований). Обоснование – процедура, подтверждающая высказывание, сообщаящая ему определенную степень вероятности, это нестрогий (недедуктивный) вывод [Свинцов]. Аргументация – приведение доводов с намерением изменить убеждения другой стороны – принципиально ориентирована на достижение прогнозируемого коммуникативного эффекта, на то, чтобы «навязать» реципиенту значение истинности, которым снабжено сообщение.

По мнению В.З. Демьянкова, аргументация обладает большей воздейственной силой, нежели обычные сообщения, суждения, доказательства и обоснования, поскольку в ней присутствует элемент внушения, причем речевое внушение в аргументации предполагает предварительную обработку этого сознания, с тем чтобы новое отношение к предмету не диссонировало с устоявшимися представлениями – осознанными или неосознанными [Демьянков, с. 13 – 40].

Мы не можем не отметить существование манипулятивной аргументации/аргументативного манипулирования, характеризующейся игнорированием реальных интересов адресата и внедрением в его психику целей, желаний, намерений, отношений или установок, не имеющих у него на момент осуществления речевого воздействия. Ее особенностью является кажущееся апеллирование к критическому мышлению, логическому анализу притом, что ряд манипулятивных приемов «направляют» ход мысли адресата. Аргументативное манипулирование связано с нарушением постулатов общения [Шейгал, с. 173 – 174] и осуществляется с помощью манипулятивных уловок – приемов, облегчающих общение для адресанта и затрудняющих для адресата [Панкратов, с. 6]. В.Н. Панкратов выделяет три типа уловок-манипуляций: организационно-процедурные, психологические, логические [Панкратов, с. 6 – 29]. В.П. Шейнов выделяет «позволительные» и «непозволительные» уловки [Шейнов, с. 361 – 388].

В разных ситуациях общения используются разные по строгости и корректности формы, приемы и средства убеждения, и оправданность их выбора определяется «метаинформационными» конвенциями, основанными на степени их определенности – директивами, регулирующими

ми информационное поведение потенциального коммуникатора [Свинцов, с. 68 – 86].

Внушение – воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение и осуществляющееся за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания, благодаря отсутствию целенаправленного активного понимания, развернутого логического анализа и оценки со стороны реципиента [Черепанова; Панкратов; Головин]. Внушение реализуется в форме гетеросуггестии (интерпсихической деятельности) и автосуггестии (интрапсихической деятельности). По методам реализации внушения подразделяются на прямые (императивные) и косвенные, а также преднамеренные и непреднамеренные [Карасик, с. 47 – 85]. Внушение – широкое понятие, включающее открытое прямое внушение и скрытое, замаскированное или косвенное внушение (суггестию), которое может быть опосредованно убеждением и побуждением.

В классическом определении В.М. Бехтерева суггестия – «оживление у испытуемого или прививание ему путем слова соответствующего внешнего или внутреннего раздражения» [Бехтерев, с. 336]. По содержанию суггестивное внушение может быть неоднородным: эмоциональное внушение, эйдетико-когнитивное внушение и установочное внушение [Шелестюк, с. 55]. Эмоциональное внушение свойственно социальному речевому воздействию (приветствие, прощание), аргументации, уговариванию, побуждению, моральным оценкам; эйдетико-когнитивное внушение – аргументации, художественному рассказу / изображению; установочное внушение основывается на отборе и расстановке фактов, тезисов и аргументов.

Внушение (суггестия), будучи обязательным компонентом обычного человеческого общения, – специально организованный вид коммуникации, формируемый при помощи основных – вербальных (словесная продукция), и вспомогательных – невербальных (мимика, жесты, действия собеседника, окружающая обстановка и т.д.) средств.

Различие двух способов речевого воздействия – внушения и убеждения – восходит к аристотелевской концепции риторики, где ритор обладает двумя рычагами воздействия на аудиторию – логическими и эмоциональными аргументами [Аристотель]. Если убеждение осуществляется с опорой на сознание, разум реципиента, то внушение – с опорой на эмоции.

По мнению Е.Ф. Тарасова, В.Н. Панкратова, М.Р. Желтухиной, к методам речевого воздействия относятся заражение и подражание. Заражение – процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта. Психическое подражание – следование некоему примеру, образцу; самостоятельное копирование действий, воспринятых у других [Головин]. За-

ражение рассматривают как подвид внушения, а подражание – как его следствие, а не как отдельные способы речевого воздействия.

Помимо убеждения и внушения, к способам речевого воздействия относится побуждение (волеизъявление) – внешнее стимулирование реципиента прямым воздействием на его волю (призыв, приказ, принуждение и уговаривание). Оценочное воздействие и эмоциональное воздействие относится к внушению.

Лингвистическое направление, основывающееся на прагмалингвистическом анализе речевого материала, выявляет следующие типы речевого воздействия: социальные воздействия, волеизъявления, оценочные и эмоциональные речевые воздействия, разъяснение и информирование [Федорова, с. 46 – 50]. При этом все реакции объектов речевого воздействия могут быть обобщены в действия подчинения, содействия либо противодействия воле говорящего [Шелестюк, с. 63].

Основой данной классификации является тип речевых действий, взятый в аспекте иллокуции, что сближает типологию Л.Л. Федоровой с классификацией речевых актов [Серль; Остин] и классификацией речевых жанров [Шмелев]. Типы и виды речевого воздействия соответствуют определенным типам и видам речевых актов, к которым относятся: социальное воздействие (приветствие, прощание, представление, благодарность, извинение, прощение, обещание и т. д.); воздействие с помощью художественных образов (рассказ, изображение – художественное описание); информирование (известие, сообщение, сведение); доказывание/аргументация-доказывание (определение, постулирование, обоснование, описание, экспликация, пояснение, доказательство, опровержение, экземплификация, толкование, обобщение, сообщение с модусом знания, предположения, мнения и др.); аргументация-ведение (виды сообщений со специальным подбором фактов и упорядочиванием аргументов для убеждения и переубеждения адресата, иногда с некорректным представлением тезиса и аргументов в виде несвойственных им высказываний, с добавлением эмоционально-оценочного модуса, с манипуляцией с модусами мнения и знания и т.п.); уговаривание (просьба, предложение, совет, пожелание, навязывание, подначивание, обольщение, подкуп и др.); симулированный диалог (обращение, риторический вопрос, вопросно-ответные комплексы); повеление (приказ, указание, распоряжение, команда, требование, запрет, позволение, заказ, напоминание, желание и др.); принуждение (угроза, запугивание, волевой нажим и т.п.); призыв (воззвание, лозунг, агитация, реклама; презентация, самопрезентация и др.); оценка (этическая, эстетическая, интеллектуальная, утилитарная – похвала, одобрение, порицание, осуждение; социально-правовая – защита, оправдание, осуждение, обвинение); эмоциональное воздействие (ободрение, утешение, ласка, жалоба, шутка, насмешка, хвастовство, оскорбление, угроза, выражение эмоций); психическое программирование (кодирующие формулы, восклицания, аффективно-эмоциональные фразы, аффирмации – экзерсис-тивы, «вставленные» команды).

С убеждением соотносятся следующие типы речевого воздействия и соответствующие им прагматические виды высказываний: доказывание, аргументация (в т.ч. манипулятивная), информирование, рассказ (экземплификация); с внушением – конвенционально-социальное воздействие, оценки, эмоциональное воздействие, симулированный диалог, художественное изображение и психическое программирование; с побуждением – повеление, призыв, принуждение и уговаривание. Способы речевого воздействия могут сочетаться в одном типе речевого воздействия.

Исследователи в областях психолингвистики, практической психологии, педагогики, управления людьми, идеологической пропаганды, рекламы, а также риторики и практики аргументации приводят целый инвентарь приемов и инструментов речевого воздействия. На основании имеющихся данных мы попытались составить собственную типологию этих явлений.

Приемы манипулятивного убеждения: дезинформация, уклон (полуправда, замалчивание, молчание, подтасовка фактов, пристрастная селекция аргументов или односторонняя аргументация, маскировка и дробление информации, изъятие информации из контекста и ее произвольная трактовка, искажение истинных масштабов событий и явлений – преуменьшение и преувеличение их значимости), эксплуатация культурно-символического материала (стереотипов и архетипов), стереотипизация и дестереотипизация, размывание и подмена понятий, манипуляция с модусами мнения и знания, маскировка несостоятельных тезисов или аргументов.

Приемы суггестивного воздействия, используемые для реализации эмоционально-установочных целей:

1. Общепсихологические: опора на позитивную и на негативную установку в отношении личности коммуникатора, использование позитивных и негативных склонностей, психического состояния коммуникантов, свойств личностей, чрезмерная эмоциональность, манипулирование скоростью и частотой подачи информации, персонализация и ритуализация событий, придача информации оттенков сенсационности и срочности.

2. Психотерапевтические (рефрейминг) и психолингвистические: подстройка к психике реципиента, использование активного слушания, резонирования, установка якорей, использование базовых перцептивных систем регуляции и синестезии, использование управляемых ассоциаций, использование вставленных команд и программирующих вопросов, использование перефразирования с помощью смены модальных операторов, использование металингвистической модели рассуждения, использование обобщенных и абстрактных слов, амбивалентных фраз, приемов номинализации, пассивизации и релятивизации, суггестивное использование средств когезии в тексте, конъюнктивных и дизъюнктивных переходов от высказывания к высказыванию, использование ассертивов и негативов, игра с референтными индексами, использова-

ние возможностей речевой динамики, многократное повторение мысли, даже не разделяемой реципиентом, использование для номинации эмоциональной, оценочной и экспрессивной лексики, лексики с закрепившимися коннотациями и культурно-стереотипными ассоциациями.

Инструменты некорректного аргументирования (софизмы) – некорректные рассуждения и мнимые умозаключения, обоснованность которых является кажущейся, порождается субъективным впечатлением, вызванным недостаточностью логического или семантического анализа. Софизмы представляются абстрактными логико-речевыми схемами потенциальных конкретных высказываний ложной аргументации:

1. «Материальные» ловушки: софизмы постулирования и аргументирования (выдвижение тезиса в форме вопросов, которые не имеют смысла либо на которые не может быть дано однозначного ответа, подмена тезиса, неправомерное обобщение в тезисе, ложная аналогия или ложное противопоставление, ловушка «особого обстоятельства», ловушка «от собирательного смысла к смыслу разделительному» и обратная, аргументация, когда тезис доказывается аргументами, которые сами по себе требуют доказательства, отсутствие логической связи между посылкой и выводом, аргументация по кругу, аргументация ложной причины (после этого, следовательно, вследствие этого), аргументация *ad ignorantiam*, подмена истинности полезностью, выгодностью, прогрессивностью, новизной, материальным или абстрактным благом, прецедентностью, апелляция к авторитету и ряд других), софизмы оспаривания (*reductio ad absurdum*, «тройанский конь», «бумеранг», «лингвистическая косметика»).

2. Вербальные ловушки: амбивалентность и имплицитность лингвистических средств.

3. Формальные ловушки: силлогизмы и полисиллогизмы.

4. Софистика «к человеку»: конфликто-провоцирующая стратегия, гармонизирующая стратегия, стратегия призыва к народу.

Приведенная таксономия методов, типов, приемов и инструментов (стратегий и тактик) речевого воздействия, в которой мы пытались совместить логико-риторический, психологический и психолингвистический аспекты, с нашей точки зрения, достаточно полно отражает механизм речевого воздействия.

Литература

- Аристотель*. Риторика // Античные риторика. М., 1978.
Бехтерев В.М. Объективная психология. М., 1991
Головин С. Ю. Словарь психолога-практика: 2-е изд. Минск, 2003. (Б-ка практической психологии).
Демьянков В. З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. М., 1989.
Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. М.; Волгоград, 2003.
Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004.

Остин Д. Л. Слово как действие / пер. с англ. А. А. Медниковой // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Б. Ю. Городецкого. М., 1986. Вып. 17. Теория речевых актов.

Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми: практ. рук. М., 2001.

Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, А. Н. Баранов, П. Б. Паршин [и др.]. М., 2000.

Петренко В. Ф. Структура сознания в речевом воздействии // Оптимизация речевого воздействия / Н. А. Безменова, В. П. Белянин, Н. Н. Богомолова [и др.]; отв. ред. Р. Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. М., 1990.

Почепцов Г. Г., Иванова И. П., Бурлакова В. В. Теоретическая грамматика современного английского языка. М., 1981.

Свищов В. И. Истинностные аспекты коммуникаций и проблемы совершенствования речевого сообщения // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.

Сергеечева В. Приемы убеждений. Стратегия и тактика общения. СПб., 2002.

Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / пер. с англ. В. З. Демьянкова // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Б. Ю. Городецкого. М., 1986. Вып. 17. Теория речевых актов.

Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.

Тарасов Е. Ф. Методологические и теоретические проблемы речевого воздействия // Оптимизация речевого воздействия / отв. ред. Р. Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. М., 1990. С. 5–18.

Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. М., 1990.

Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопр. языкознания. 1991. № 6.

Черепанова И. Ю. Дом колдуньи. Язык творческого бессознательного. М., 2007.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса, М., 2004.

Шейнов В. П. Риторика. Минск, 2000.

Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования [Электронный ресурс]. // URL: http://www.famous_scientists.ru/list/1201.

Шмелев А. Г. Психодиагностика личностных черт. СПб., 2002.