

© 2008 г. Е.Г. Гришечко

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ И ВИДЫ ЭТОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Рассматриваются основные вопросы теории речевого воздействия, которое определяется как воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели – изменения поведения адресата, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе речевого взаимодействия с ним.

Ключевые слова: теория речевого воздействия, интенциональное воздействие, неинтенциональное воздействие, коммуникация, манипуляция.

Антропологический подход к анализу языковых явлений, предполагающий учет отношения языковых знаков к людям, пользующимся языком, предопределяет изучение значения говорящего (speaker meaning) и такой взгляд на человеческую коммуникацию, который фокусируется на «намерении или преднамеренности» [1, с.15]. Организующим центром речевого пространства является человек (субъект, говорящий) со всеми его психологическими характеристиками, речевой компетенцией, фоновыми знаниями. Именно обращение к субъекту речи, автору высказывания ознаменовало собой переход от анализа «стабильного» значения слова к рассмотрению изменчивого содержания высказывания.

Говорящий выполняет свое речевое задание в надежде на определенный эффект, который приведет к пониманию и к соответствующим действиям со стороны собеседника. Современное учение исходит из теоретического положения о том, что человеческая речь по самой своей природе обладает действенной силой. Действенная сила слова подвергалась всестороннему анализу многими науками. А теперь, начиная со второй половины XX в., в современном научном пространстве формируется новая интегральная наука, которую можно назвать теорией речевого воздействия.

Теория речевого воздействия – это наука об эффективном общении. Как любая теория, она, разумеется, имеет свою историю. Еще в Древней Греции и Риме процветала риторика, которая учила эффективному публичному выступлению, умению вести спор и одерживать в споре победу. Древняя риторика была основана преимущественно на логике, правилах логического рассуждения и убеждения. В средние века риторика практически умерла как наука и возродилась в двадцатом веке уже на новой, психологической основе — современному человеку стали важны не только и не столько логика, сколько психологические, эмоциональные приемы убеждения. Почему в XX в. возникла необходи-

мость интегрального подхода к речевому воздействию? Здесь можно выделить следующие причины [2, с.3-4]:

- *причины социально-политического характера*: развитие демократии, идеи свободы личности и равенства людей обусловило потребность в науке, которая показала бы, как убеждать людей с одинаковым или разным социальным статусом;

- *причины психологического характера*: с конца XIX века в обществе меняется понятие о человеке. Если ранее считалось, что человек примитивен, ленив, ему нужны кнут и пряник, и этим можно обеспечить его адекватное «функционирование» в обществе, то теперь развитие культуры, литературы и искусства, возникновение научной психологии приводит к изменению представления о человеке. Человек оказался сложной, разносторонней в психологическом плане личностью, требующей дифференцированного подхода;

- *коммуникативные причины*: эти причины связаны с развитием самого человеческого общения. Для нашего времени характерно резкое расширение сфер общения людей, увеличение числа ситуаций, в которых необходимо вступать в общение и убеждать друг друга. Расширяется само значение устной речи, она начинает выполнять все более разнообразные функции, играет все более существенную роль в обществе, что приводит к необходимости искать особые приемы в общении, уделять больше внимания разговорной речи;

- *экономические причины*: конкуренция, кризисы производства породили необходимость в науке о рекламе, «навязывании» товара, «завоевании» покупателей. Именно коммивояжеры были первыми, кто на себе осознал необходимость науки убеждать.

Существование этого ряда объективных причин дает исследовательскую почву целому комплексу наук. Воздействующая сила речи широко описывается в современной лингвистической литературе, а также изучается в ряде смежных наук, в частности, прагмалингвистике, психологии, психолингвистике, социолингвистике, теории массовой коммуникации, риторике. С точки зрения таких перспективных направлений современных лингвистических исследований, как прагмалингвистика и психолингвистика, язык, являясь средством общения, служит не только передаче информации, но и воздействует на собеседников, регулируя тем самым их социальные, межличностные отношения, ментальные состояния и поведение. Речевое воздействие, изучаемое этими дисциплинами, определяется как воздействие на индивидуальное и / или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами — с помощью высказываний на естественном языке. Иногда под понятие речевого воздействия подводят также использование сообщений, построенных средствами невербальных семиотических систем, к которым относятся паралингвистические средства (темп, тембр, громкость голоса, логическое ударение), кинесические средства (жесты, мимика, позы) и др. [3, с.20; 4, с. 12]. Долгое время наука считала, что функция речи состоит в передаче информации о мире. По современным представлениям слова употребляются для оказания влияния на других людей. Как писал американский психолингвист Д. Слобин, «достаточно опасно забывать, что языки могут действительно иметь важное влияние на то, во что люди верят, и что они

будут делать» [5, с.115]. Таким образом, передача речевых сообщений никогда не является конечной целью общения, эта передача всегда есть только средство достижения других целей, конечной из которых является цель управления деятельностью собеседника. Мысль о подчиненности речи задачам той деятельности, в структуре которой она разворачивается, фигурирует в большинстве теоретических и экспериментальных исследований речевого воздействия в нашей стране и за рубежом. Мы говорим не только для того, «чтобы выразить мысль, но также, чтобы подействовать на других», писал еще в 1937 г. Ж. Вандриес в книге «Язык» [6, с.237].

Речевое воздействие в широком смысле — это любое речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, целевой обусловленности, это речевое общение, описанное с позиции одного из коммуникантов, когда он рассматривает себя как субъект воздействия, а своего собеседника — как объект [7, с.5]. Быть субъектом речевого воздействия — это значит регулировать деятельность своего собеседника, так как при помощи речи мы побуждаем другого человека начать, изменить, закончить какую-либо деятельность или создаем у него готовность к совершению той или иной деятельности, когда в этом возникает необходимость. При этом имеется в виду побуждение к непосредственному ответному речевому или невербальному действию, а также опосредованное воздействие, направленное на формирование у слушателя определенных эмоций, отношений, оценок, установок, необходимых отправителю речи. Впоследствии эти установки должны привести к организации такого поведения слушателя, на которое рассчитывает отправитель, автор высказывания. Воздействуя на человека, мы стремимся спровоцировать его поведение в нужном нам направлении, найти в системе его деятельности слабые точки и воздействовать на них. Одним из важных аспектов речевого воздействия является то, что оно осуществляется с помощью устно предъявляемой информации. В письменном тексте читателю легче распознать имеющееся в нем воздействие, так как текст всегда в распоряжении читателя, к нему можно вернуться, чтобы обдумать его. Это невозможно сделать с устной информацией. Чтобы уловить значение каждого слова в контексте, чтобы думать, выслушивая последовательность устных сообщений, требуется время, а его часто не хватает. Поэтому, если на определенных словах намеренно делается ударение и речь хорошо структурирована со специальной целью, устная информация может оказывать гораздо большее влияние, чем письменная.

Обобщая вышеизложенные положения, можно сделать вывод о том, что речевое воздействие — это воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящими цели — изменения поведения адресата, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе речевого взаимодействия с ним. Воздействие на сознание адресата, а затем и на его поведение подразумевает наличие субъекта и объекта воздействия, влияние на мотивационную сферу адресата, последствия воздействия. Эти и другие факторы создают базу для основных классификаций типов речевого воздействия, выделяемых в лингвистической литературе и в работах по психологии. В зависимости от того, какая сфера

психической деятельности человека вовлечена в процесс коммуникации в большей степени, речевое воздействие подразделяется на рациональное и эмоциональное. Пытаясь воздействовать на поведение собеседника, говорящий может оказывать влияние на его рациональную сферу. С этой целью он привлекает убедительные факты и аргументы, воздействующие на сознание людей [8, с.94]. Цель эмоционального воздействия заключается в выражении говорящим эмоций и достижении ответной эмоциональной реакции у слушающего, приводящей к изменению его поведения [8, с.95]. Эмоциональное воздействие делится на два типа: опосредованное, которое осуществляется путем первоначальной апелляции к рациональному «Я» адресата (оценка, информирование), и непосредственное, реализуемое за счет создания образности, различных сбоев логики мышления [9, с.21].

По характеру взаимодействия субъекта с объектом различается прямое воздействие, когда субъект открыто предъявляет объекту воздействия свои притязания и требования, и косвенное воздействие, непосредственно направленное не на объект, а на окружающую его среду [4, с.13]. Прямой способ речевого воздействия включает такие формы, за которыми в системе языка закреплено определенное значение, прямо выражающее соответствующую иллокуцию, то есть коммуникативную цель говорящего. Так, например, формы повелительного наклонения традиционно ассоциируются со значением побуждения, повествовательные и вопросительные высказывания условно связаны с иллокутивными силами сообщения и запроса информации. Косвенный способ выражения коммуникативного намерения представляет собой употребление языковых форм для выражения иллокутивной силы, не связанной с их прямым языковым значением. Косвенные формы не выражают открыто намерений говорящего.

По критерию осознанности речевых действий разграничивается намеренное (интенциональное) и побочное (неинтенциональное) воздействие [10, с.26]. При намеренном речевом воздействии субъект ставит перед собой задачу добиться определенного результата от объекта речевого воздействия. Побочное речевое воздействие оказывается произвольно, поскольку субъект не ставит задачу добиться определенного результата от объекта.

По установке на речевые действия, по типу речевых действий, взятому в аспекте иллокуции в рамках классификаций речевых актов и речевых жанров [11; 12], различаются следующие виды речевого воздействия:

- *социальное* (социальные неинформационные речевые акты, предполагающие виртуального адресата, клишированные высказывания: приветствия, клятвы, молитвы);
- *волеизъявительное* (речевые акты выполнения воли адресанта: приказы, просьбы, отказы, советы и т.д.);
- *информационно-разъяснительное* (речевые акты, несущие информацию и ее толкование: объяснение, доклад, сообщение, признание);
- *эмоционально-оценочное* (речевые акты, устанавливающие общественные морально-правовые, межличностные субъективно-эмоциональные отношения: порицание, похвала, обвинение, оскорбление, угроза).

Перлокутивный критерий (реакция адресата) положен в основу выделения следующих видов речевого воздействия [13, с.91]:

- *оценочного* (изменение отношения субъекта к объекту, коннотативного значения объекта для субъекта);
- *эмоционального* (формирование общего эмоционального настроения);
- *рационального* (перестройка категориальной структуры индивидуального сознания, введение в нее новых категорий).

По ориентации на собеседника можно разграничить *лично* и *социально ориентированное* речевое воздействие [14, с.66].

Личностно ориентированное речевое воздействие направляется непосредственно на слушающего говорящим, который выстраивает образ своего собеседника для достижения желаемого эффекта. При социально ориентированном воздействии говорящий строит образ не каждого собеседника, а обобщенный образ группы как целого, который ему также необходимо учитывать для удачного речевого воздействия. Каждый из указанных видов речевого воздействия может способствовать регуляции деятельности собеседника и изменению его поведения.

Для построения теории речевого воздействия крайне важно разграничивать, с одной стороны, понятия манипулятивного и актуализаторского воздействия, а, с другой, продуктивной и непродуктивной манипуляции. Подобная дифференциация способов влияния на собеседника в рамках коммуникации приобретает характер иерархии, отражающей разные уровни коммуникативной грамотности пользования языком: на нижней ступени типологии находится непродуктивная манипуляция, на высшей — речевая актуализация. В психологии термин манипуляция определяется как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями, и побуждению его к совершению определенных манипулятором действий» [15, с.59]. В основе языкового манипулирования лежат механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании иллюзий и заблуждений, воздействуют на эмоции адресата и провоцируют его на совершение выгодных для говорящего поступков. Непродуктивной формой манипуляторского воздействия следует считать стремление скрыто воздействовать на сознание собеседника с тем, чтобы вызвать у него состояние фрустрации, т.е. психологического дискомфорта [3, с.21]. Иными словами, непродуктивная манипуляция — это речевое действие, цель которого состоит в проявлении чувства превосходства над собеседником путем демонстрации последнему его несовершенства, неполноценности, что в результате приводит к подчинению слушающего требованиям говорящего. Цель продуктивной манипуляции состоит в расположении к себе коммуникативного партнера и воздействии на его поведение с использованием его слабостей. В этом случае инициатор общения становится добровольным донором, ставя своего собеседника в ситуацию социального благополучия, статусного превосходства [3, с.23]. Самым простым способом манипулирования можно считать комплимент или лесть.

Как продуктивная, так и непродуктивная манипуляция поведением адресата предполагает воздействие на его эмоциональную сферу, в отличие от других форм усиления волеизъявления, апеллирующих к рациональной сфере.

Высшей формой речевого взаимодействия и речевого воздействия является общение на кооперативно-актуализаторском уровне, который является наиболее оптимальным вариантом эффективной коммуникации [3, с.25]. Основной чертой поведения актуализатора выступает уважение к личности собеседника, принципиальное равенство и открытость приемов воздействия. В основе актуализаторского общения лежит стремление вызвать симпатию коммуникативного партнера путем возбуждения в своем сознании неформального к нему интереса, попытка настроиться на его волну. Следует отметить, что научиться актуализаторскому общению — задача не из легких, и поэтому в повседневной жизни преобладают манипулятивные формы воздействия, являющиеся, как было отмечено ранее, скрытым побуждением адресата к желаемым действиям путем воздействия на его подсознание, эмоции с помощью лести, комплимента или, наоборот, резко негативной оценки его личности и поступков. Таким образом, в основу классификации видов речевого воздействия могут быть положены следующие принципы и критерии: сфера психической деятельности человека, характер взаимодействия субъекта с объектом, осознанность / неосознанность речевых действий и способ их аргументации, иллокутивный и перлокутивный аспекты, фактор манипуляции / актуализации в речевом воздействии, ориентация на собеседника.

Литература:

1. *Thomas J.* Meaning in Interaction. An Introduction to Pragmatics. London, 1995.
2. *Королев В.С.* Вперед к успеху!: Дайджест работ Д. Карнеги. Ростов-на-Дону, 1992.
3. *Седов К.Ф.* О манипуляции и актуализации в речевом воздействии // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2003. Вып. 2.
4. *Желтухина М.Р.* Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004.
5. *Слобин Д., Грин Дж.* Психолингвистика. М., 1976.
6. *Вандриес Ж.* Язык. Лингвистическое введение в историю. М., 1937.
7. *Тарасов Е.Ф.* Речевое воздействие: методология и теория // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.
8. *Лисоченко Л.В.* Убеждение как назначение судебной речи в дидактическом и методическом освещении // Личность, речь и юридическая практика. Ростов-на-Дону, 2003. Вып. 6.
9. *Жура В.В.* Эмоциональный дейксис в вербальном поведении английской языковой личности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000.
10. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2002.
11. *Остин Дж.* Избранное. М., 1999.
12. *Шмелева Т.В.* Речевой жанр: возможность описания и использования в преподавании языка. // Русистика (Берлин). 1990. №2.

13. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики. Киев, 1987.
14. Леонтьев А.О. Психологические особенности лектора. М, 1981.
15. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 1997.