

Литература

Беликов В.И., Крысин Л.П. Социоллингвистика. – М., 2001.

Коновалова Н.И. Речевая психодиагностика. Учебная программа для студентов, обучающихся по профилю «Родной язык и психоллингвистика». – Екатеринбург, 2010.

Федеральный компонент государственного стандарта общего образования. Часть I. Начальное общее образование. Основное общее образование. – М., Министерство образования РФ, 2004.

Чиршева Г.Н. Введение в онтобилингвологию. – Череповец, 2000.

© Коновалова Н.И., 2010

© Мурадян Д.Г., 2010

В.Е. Копылова

Екатеринбург

Речевое манипулирование и речевая агрессия

Ключевые слова: речевая деятельность, речевая агрессия, коммуникативная инициатива, манипулятивные тактики.

Сегодня можно с уверенностью говорить о том, что явление манипуляции присутствует во всех сферах общественной жизни: политике, экономике, культуре, психологии, межличностных отношениях и т.д. Поэтому изучение феномена манипуляции в последнее время стало особенно актуальным для многих отраслей знания: психологии, социологии, лингвистики, философии, культурологи и ряда других наук. Междисциплинарный характер исследований доказывает значимость данного явления для современной действительности.

Однако, несмотря на то, что феномен манипуляции изучается уже достаточно давно, до сих пор нет четкого его определения.

В своем первоначальном значении слово «манипулирование», или «манипуляция», ведущее свое происхождение от латинского слова «manipulare», означало «управлять» в позитивном смысле: управлять со знанием дела, оказывать помощь и т.д. Е.Л. Доценко определяет манипуляцию следующим образом: «Это вид психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша посредством скрытого побуждения

другого к совершению определенных действий» [Доценко 2000: 53]. Доктор философии В.М. Герасимов под манипулированием понимает «один их специальных методов социально-психологического контроля» [Герасимов 1999: 74].

Таким образом, суммируя приведенные выше определения, мы можем сделать вывод о том, что манипуляция – это искусство управлять поведением и мышлением людей с помощью целевого воздействия на общественное сознание, это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями.

Необходимо также отметить, что при манипуляции важно ощущение самостоятельности принятия решения. Превращая другого субъекта в объект, подвластный контролю и управлению, манипулятор создает иллюзию самостоятельности принятия решения реципиентом.

Кроме того, следует обратить внимание на некоторые принципиальные моменты, связанные с манипулированием. Во-первых, чаще всего манипулирование происходит посредством информации. Во-вторых, манипулятивное воздействие имеет скрытый (имплицитный) характер. В-третьих, манипулирование всегда подразумевает определенную степень принуждения. В-четвертых, данное явление подразумевает наличие мишеней воздействия (ценностей и идеалов, которые будут подвержены манипуляции с их последующей трансформацией). И, наконец, в-пятых, адресат воздействия воспринимается манипулятором не как личность, а как объект, вещь.

Как было отмечено выше, манипулирование подразумевает оперирование информацией, которая в свою очередь имеет речевое воплощение. Таким образом, мы имеем возможность говорить о речевом манипулировании, то есть манипулировании посредством речи, речевых приемов.

По определению О.Н. Быковой, «речевое манипулирование – вид речевого воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата на данный момент. В основе речевого манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические меха-

низмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определённых иллюзий или заблуждений, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков. Речевое манипулирование – это отбор и использование таких средств языка, с помощью которых можно воздействовать на адресата речи. Как правило, речевое манипулирование предполагает такое воздействие на адресата, которое тот не осознает и воспринимает как часть объективной информации» [Быкова 1999: 99].

Речевое манипулирование используется практически во всех сферах применения языка, но особенно активно - в психотерапии, обучении, рекламе, предвыборных кампаниях, идеологической пропаганде, печатных и телевизионных СМИ. В целом, в этих сферах речевое манипулирование направлено на формирование у широкой аудитории определенных предпочтений, вкусов, потребностей, предрассудков, стереотипов, выгодных манипулятору.

Цель использования речевого манипулирования соотносится с целью манипулирования в целом – побудить реципиента к совершению поступков, выгодных манипулятору, и выдать результат принятия реципиентом решения за его собственное.

Для реализации поставленной цели используются различные методы речевого манипулирования, которых на сегодняшний день в науке существует довольно широкий спектр. Мы в рамках данной работы осветим лишь некоторые из них, общие для ряда исследователей.

1. Преобразование информации – намеренное утаивание или искажение информации таким образом, чтобы сообщаемое содержание было воспринято необходимым для отправителя образом. Немалое значение здесь приобретает момент подачи информации, например, в неудобное время или в неудобной обстановке.

2. Частичное освещение или избирательная подача материала – информация подается настолько неполно, что на самом деле присутствует лишь видимость передачи информации, а она не передается вовсе.

3. Информационная перегрузка – сознательное предоставление чрезмерного объема информации с целью лишить адресата возможности адекватно усвоить и верно оценить ее. Таким

образом, адресат, не имеющий доступа к информации, вынужден полагаться на ее официальную интерпретацию.

4. Использование секретности – преднамеренное утаивание информации, которая способна подорвать официальную политическую программу.

Следует добавить, что методы речевого манипулирования постоянно совершенствуются и становятся все более значимыми для современного российского общества.

Наряду с речевым манипулированием лингвисты часто говорят о речевом насилии как составляющей речевого психологического воздействия, под которым подразумевают «акт общения, рассматриваемый под углом зрения его направленности на тот или иной запланированный эффект, т.е. с точки зрения его целенаправленности...» [Леонтьев 2004: 101]. Выделение речевого насилия в связи с разговором о речевом манипулировании кажется абсолютно логичным, поскольку, как было отмечено выше, манипулирование всегда подразумевает определенную степень принуждения, а, значит, и насилия. Однако в научной литературе существует и иная точка зрения, согласно которой речевое манипулирование и речевое насилие не являются родовидовыми понятиями, так как принуждение (насилие) открыто для адресата, осознанно им, в то время как манипулирование всегда скрыто [Копнина 2008: 29].

На наш взгляд, речевое манипулирование и речевое насилие – связанные между собой понятия, поскольку в качестве манипулятивного приема часто используется разновидность речевого насилия – речевая агрессия.

В самом общем виде речевая агрессия может быть определена как «обидное общение; словесное выражение негативных эмоций, чувств или намерений в оскорбительной, грубой, неприемлемой в данной речевой ситуации форме» [Щербинина 2004: 9]. Явление речевой агрессии не исчерпывается какими-то отдельными фразами, обменом грубыми репликами в частных разговорах – оно проникает, как уже было отмечено, практически во все сферы применения языка: межличностные отношения, сферу образования, политику, рекламу, средства массовой информации и т.д. Таким образом, агрессия в речи – актуаль-

нейшая проблема современного общества, перенасыщенного информацией и неспособного критически ее осмыслить.

В своей основе агрессия может иметь различные мотивы и проявляться в разных формах – эксплицитно (открыто) и имплицитно (скрыто). Примером эксплицитной агрессии может служить немотивированное использование иноязычных элементов. Речь не идет об абсолютном отказе от использования заимствованных слов, поскольку одни из заимствований могут быть необходимы носителям языка, а другие – нет. Здесь многое зависит от сферы и цели их употребления. Так, например, употребление в информационных материалах, посвященных компьютерным технологиям, слова *юзер* (от англ. «user» – пользователь) может вызвать у массового адресата затруднения в понимании значения данной лексической единицы. А это в свою очередь может стать причиной появления у аудитории агрессии в процессе восприятия информации.

Эксплицитным проявлением вербальной агрессии также является использование в СМИ жаргонных и просторечных слов, тенденция стирания границ между функциональными разновидностями русского языка. В последние годы даже самые популярные и уважаемые издания изобилуют разговорными, грубо-просторечными и даже бранными словами и выражениями.

В качестве примера имплицитного проявления речевой агрессии можно привести несоблюдение норм и границ используемых жанров. На практике любая дискуссия легко может перерасти в такой спор, при котором «все средства хороши» и где речевое поведение коммуникантов нередко можно охарактеризовать как речевую агрессию. При этом формальные рамки дискуссии все же сохраняются, и вербальная агрессия по отношению к оппоненту реализуется в основном в скрытых (имплицитных) речевых формах. В наиболее общем виде это может быть представлено как стремление адресанта захватить коммуникативную инициативу, вытеснить речевого партнера из коммуникативного пространства путем дискредитации его высказывания и как можно полнее высказать и доказать свою собственную позицию.

Формой имплицитной речевой агрессии может служить и тот факт, что под влиянием слова с отрицательной оценкой, а также под влиянием эмоциональной окраски стереотипа слово с поло-

жительной окраской теряется, тонет в общем отрицательном контексте. Кроме того, в скрытой форме агрессия может проявиться и в переносном значении слова: использование слова «семья» для обозначения преступной группировки, мафии.

К скрытым формам речевой агрессии относится и явление языковой демагогии, которое понимается как «разновидность речевого манипулирования; навязывание адресату одностороннего осмысления или оценки предмета обсуждения; оценочное воздействие, не выражающееся прямо, «в лоб», а навязывающееся ему исподволь путем использования возможностей, предоставляемых языковыми механизмами» [Быкова 1999: 16]. Использование определенных языковых средств дает возможность манипулировать сознанием адресата, формировать его оценочное отношение к фактам, событиям, другим субъектам и т.д. Таким образом, речевая агрессия основана на манипуляции сознанием получателя транслируемой информации и некритичном ее восприятии. А ее имплицитный характер, обходящий порог сознания и воздействующий на бессознательную сферу адресата, способствует усилению своего воздействия. Следовательно, мы можем говорить о том, что речевая агрессия используется в качестве приема речевой манипуляции.

В качестве средств речевой агрессии исследователи квалифицируют и такие речевые явления, как «навешивание ярлыков», нагнетание отталкивающих сравнений и ассоциаций, обыгрывание имени собственного и некоторые другие, рассмотрение которых выходит за рамки данной работы. Нашей целью было определить соотношение понятий «речевое манипулирование» и «речевая агрессия» и установить, могут ли средства речевой агрессии использоваться в качестве манипулятивных приемов.

В заключении хотелось бы добавить, что речевая агрессия как прием речевого манипулирования представляется еще недостаточно изученным явлением современного русского языка.

Литература

Быкова О.Н. Языковое манипулирование: Материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник

Российской риторической ассоциации. Вып. 1 (8). – Красноярск, 1999.

Герасимов В.М., Деркач А.А., Косопкин А.С., Нефедова Т.И. Психология парламентаризма. – М., 1999.

Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М., 2000.

Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учебное пособие. – М., 2008.

Леонтьев А.А. Психология воздействия в массовой коммуникации // Язык средств массовой информации: учеб. пособие по специализации. – М., 2004. – Ч. 2.

Щербинина Ю.В. Русский язык: Речевая агрессия и пути ее преодоления. – М., 2004.

© Копылова В.Е., 2010

И.В. Лазарева
Екатеринбург

Алогизмы в рекламе: природа, виды, функции

Ключевые слова: рекламный дискурс, рекламное сообщение, речевые тактики, манипулятивные тактики, паралогика.

Подсчитано, что в течение дня человек получает в среднем от 500 до 1500 рекламных сообщений. Это привело к формированию у людей ответной защитной реакции, которая проявляется в «отсутствии восприятия информации в 99% случаев» [<http://www.media-online.ru/ambient/index.php?id=48869&>]. В такой ситуации конкретному рекламному сообщению чрезвычайно трудно выделиться на фоне других текстов. Поэтому исследования по поиску новых способов воздействия на целевую аудиторию, которые нарушали бы автоматизм восприятия информации, приобретают всё большую актуальность.

Самым распространённым способом разрушения автоматизма восприятия выступают отступления от норм и правил, выработанных в языке. Однако необходимо обратить внимание на то, что не все отклонения имеют положительный эффект – отступление от стандарта может служить основой как креативного и