

# ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

---

УДК 81'23

DOI: 10.18384/2310-712X-2021-4-6-12

## РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В МАНИПУЛЯТИВНО МАРКИРОВАННОМ ДИСКУРСЕ

**Мощева С. В.**

*Ивановский государственный химико-технологический университет  
153000, г. Иваново, Шереметевский пр-т, д. 7, Российская Федерация*

### **Аннотация**

**Цель** данного исследования заключается в рассмотрении основных факторов, которые влияют на формирование манипулятивно маркированной коммуникации: интенциональный компонент, базовые гносеологические и аксиологические аспекты.

**Процедура и методы.** Научными методами, к которым прибегает автор, являются интен-анализ для выявления превалирующих интенций в рамках данного контекста и метод семантической интерпретации и идентификации.

**Результаты.** Рассмотрено понятие «успешная коммуникация» в рамках манипулятивного дискурса; выявлены активные способы косвенной репрезентации иллокутивной цели, универсальные речевые тактики и сочетания речевых актов в исследуемом типе дискурса.

**Теоретическая и/или практическая значимость.** Проведённое исследование вносит вклад в изучение проблемы речевого поведения и формирования успешной коммуникации в манипулятивно маркированном дискурсе.

**Ключевые слова:** речевое поведение, манипулятивный дискурс, успешная коммуникация, интенциональный компонент

## SPEECH BEHAVIOR IN MANIPULATIVE DISCOURSE

**S. Moshcheva**

*Ivanovo State University of Chemistry and Technology  
7 prospekt Sheremetevskii, Ivanovo 153000, Russian Federation*

### **Abstract**

**Aim.** The study considers the basic factors affecting the manipulative discourse formation: speech component, principal epistemological and axiological aspects.

**Methodology.** The scientific methods used by the author are the intent analysis to identify the prevailing intentions within the context and the semantic interpretation and identification method.

**Results.** The concept «successful communication» in manipulative discourse has been investigated; the active means of indirect representation for the illocutionary goal, universal speech tactics and speech acts combinations in the discourse analyzed have been revealed.

**Research implications.** The investigation contributes to the problem of speech behavior and the successful communication in manipulative discourse.

**Keywords:** speech behavior, manipulative discourse, successful communication, intentional component

### Введение

Проблематика речевого поведения и формирование успешной коммуникации были и остаются одними из актуальных тем во всех типах дискурса, поскольку включают спектр вопросов, связанных с конкретным коммуникативным событием и с характерными особенностями адресата и адресанта, принимая во внимание его пресуппозиционные свойства, к которым относим лингвистические и экстралингвистические особенности индивида, которые «проявляются на микро- и макроречевом уровнях, включая докоммуникативный, коммуникативный, посткоммуникативный этапы развертывания коммуникативного события» [6, с. 10].

Речевое намерение, или интенциональный компонент формируется как стратегический замысел до реализации высказывания. В зависимости от стратегии говорящий / пишущий выбирает прямые либо косвенные способы языковой манифестации интенции. В свою очередь, языковой опыт адресата, его коммуникативная компетенция помогают правильно декодировать заключённый в языковых средствах интенциональный компонент.

Отсюда важная роль отводится понятию «значение», поскольку оно непосредственно связано с выбором оптимальных языковых возможностей для воздействия на адресата. Отметим, что исследование значения в прагмалингвистике, как правило, сосредоточено на анализе таких его аспектов, как градуирование, интенсификация, логика использования слова и проч. Благодаря соотносению значения с говорящим и преднамеренностью речевого акта создана основа формирования понятия «*значение говорящего*», которое «включает разного рода контекстно обусловленные и косвенные смыслы речевых актов» [1, с. 12].

### Успешная коммуникация: особенности реализации в манипулятивном дискурсе

Под понятием *успешная коммуникация* мы понимаем набор языкового инструментария, с помощью которого, с одной стороны, адресант формирует своё речевое намерение с целью достижения запланированной цели, с другой стороны, реализуется и фактор ожидания адресата в процессе коммуникации.

Если это определение рассматривать применительно к манипулятивно ориентированному типу дискурса, например, рекламному (коммерческая и некоммерческая: социальная и политическая), а также политическому, оно косвенно включает тактику выстраивания успешной коммуникации через фактор ожидания реципиента к запланированной продуктом перлокуции. Данная стратегия коррелирует со стратегией «*оптимальной релевантности*» [8; 9], т. е. с принятием во внимание интересов и продуцента, и реципиента; релевантность есть «*коммуникативная эффективность*», которая представляет собой то, что даёт возможность передать новейшую информацию в данном контексте с затратой слушателем минимальных усилий на её получение [6].

Намерение продуцента вызвать определённую и запланированную реакцию у реципиента, которая основана на распознавании данной реакции, означает успешное осуществление коммуникативного события. Согласно П. Ф. Стронсону, «говорящий несет ответственность за содержание своего намерения; у него имеется также причина, неотделимая от природы выполняемого им акта, сделать это намерение явным» [5, с. 141].

В связи с этим возникает вопрос о роли убеждения и внушения в качестве наиболее эффективных способов воз-

действия на индивида. Так, В. М. Бехтерев ещё в первой половине прошлого века, основываясь на практических результатах своих изысканий, заключает: «Внушение есть не что иное, как искусственное прививание путём слова или другим каким-либо способом различных психических явлений, например настроения, внешнего впечатления, идеи или действия, другому лицу при отвлечении его волевого внимания или сосредоточения» [2, с. 49]. Очевидно, что уже в этом определении содержится существенное отличие «внушения как способа психического воздействия одного лица на другое от убеждения, производимого всегда не иначе как при посредстве логического мышления и с участием личного сознания» [2, с. 120].

Таким образом, можно выявить два основных подхода к восприятию информации. Первый подход ориентирован на логическое построение высказывания, в котором результат достигается в случае обработки и восприятия адресатом сообщения языкового и неязыкового кода информации. Второй направлен на психическое, психологическое состояние реципиента и затрагивает эмоциональную сферу индивида. При таком подходе продуцент вводит информацию в психическую сферу с помощью постоянных готовых заявлений и умозаключений, стремясь создать иллюзию самостоятельности принятия реципиентом того или иного решения. Оба подхода базируются на выборе и сочетаемости определённых речевых актов, использовании интенсификаторов речевого поведения. Поскольку реципиент может воспринимать информативный поток пассивно, просто принимая информацию как данность, и активно, проводя логический анализ, можно предположить, что продуцент обращается к обоим способам, которые позволяют воздействовать на целевую аудиторию и достигать поставленных целей.

Нельзя не отметить того факта, что современные типы дискурса, обладая

свойством гибридности, требуют от исследователя иного подхода, а именно учёта интенциональной составляющей коммуникативного события, определения номенклатуры участников, анализа микро- и макроуровня (их структурные особенности, прагматическая валентность), а также прямых и косвенных тактик коммуникации, комплексов усилителей речевого намерения.

Природа манипулятивно маркированной коммуникации – неоднозначна. Так, политическая реклама объединяет в себе особенности политического дискурса в качестве «коммуникативно-деятельностного феномена, связанного с комплексным воздействием на субъект традиций, социальных и профессиональных норм, правил языка, речи и поведения» [7], а также рекламного, который характеризуется полиинтенциональной направленностью. Кроме того, сам текст можно отождествить со свэрхречевым актом, определяемым нами как единство, продиктованное иллюкутивной целью и запланированной перлокуцией, которые сформированы на основе прагматических установок продуцента и реципиента коммуникативного события.

#### **Базовые аксиологические и гносеологические аспекты манипулятивного дискурса**

Аксиологические и гносеологические обоснования построения особенно в манипулятивно маркированном дискурсе являются достаточно значимыми, поскольку отвечают за базовые понятия восприятия информации – истинность транслируемых фактов, ценностные ориентиры и особенности их иерархии, условия адаптации в обществе и т. д.

Аксиологичность сознания индивида проявляется в следовании определённым ценностям, которые соотносятся друг с другом, образуя иерархически структурированную систему, принятую обществом и адаптированную субъектом сознания.

В свою очередь, социокультурные установки общества, по нашему мнению, являются мишенью в манипулятивно маркированных типах дискурса. Манипуляция общественным мнением происходит путём дискурса присвоения безусловных для коллективного бессознательного ценностей. Кроме того, «...имеет место (реальное или мнимое) разрушение традиционных национальных ценностей под давлением “новых” ценностей массовой потребительской культуры, в которой нормой становится сосуществование ценностей, псевдоценностей, имитаций социальных феноменов ценностного характера».

В настоящее время особую актуальность приобретает анализ соотношения национальных и индивидуально-личностных ценностей, определяющий подходы к решению проблем и перспектив межкультурного диалога, происходит осознание неизбежности ценностных конфликтов в реальном пространстве межкультурной коммуникации.

Изучая понятие «истина» в рамках рассматриваемого дискурса, мы выделяем мишени манипулятивного обращения к рассматриваемому явлению:

1) особый характер манипулятивно маркированной коммуникации позволяет использовать понятие истины с точки зрения прагматики, а именно пользы для создателя коммуникативного события;

2) истинное полагание может быть основано на ложном полагании в случае некомпетентности адресата, которая целенаправленно используется продуцентом для реализации запланированной перлокуции;

3) придерживаясь плюралистической концепции истины, основанной на контекстно- и личностно-ориентированном восприятии истины, манипулятивный дискурс может самостоятельно выстраивать ситуативно-обусловленную иерархию не только ценностных ориентиров, но и ориентиров истины.

### **Перлокутивный эффект: активные способы и тактики**

Максимальный эффект воздействия достигается за счёт выбора определённого коммуникативно-прагматического комплекса, направленного на интенсификацию речевого поведения и способствующего принятию реципиентом «правильного», запланированного адресантом действия.

Ценностно-ориентированная и управляемая стереотипами модель поведения индивида позволяет выделить активные способы «потакать» стереотипам и сложившимся в различных группах ценностным предпочтениям, прибегая к тактикам косвенной репрезентации речевого намерения.

Тактики косвенной репрезентации речевого намерения продуцента основаны на передаче комплексного значения, которое включает транспонирование одной иллокутивной силы в другую. В данном случае значение, которое имеет в виду продуцент, отличается от буквального значения высказывания и указывает на то, что прагматическое значение сообщения шире его семантического значения.

Анализируемый тип дискурса по своей природе, тяготеет к косвенным смыслам высказывания. Проведённый анализ даёт нам основание утверждать, что косвенность может реализовываться языковым инструментарием (вопросительные предложения, риторические вопросы), а также логически выводиться из высказывания.

Кроме того, ряд лексических и синтаксических средств имеет полифункциональный характер, используя в качестве интенсификаторов речевого поведения, а также для косвенной репрезентации речевого намерения продуцента. К подобным средствам мы относим: а) метафору и её частные случаи исполнения; б) иронию; в) использование осложнённых ассертивных и директивных высказываний; г) включение цитирования; д) построение высказывания в форме риторического вопроса [4].

Нами выявлены активные способы косвенной репрезентации иллокутивной цели в исследуемом типе дискурса на материале разносистемных языков (английского и русского) – см. табл. 1.

Таблица 1 / Table 1

**Активные способы косвенной репрезентации иллокутивной цели / Active ways of indirectly representing the illocutionary goal**

Тип предложения	Иллокутивная сила
Ассертивное высказывание	1. Возложение на адресата обязательства выполнить действие (РА комиссив). 2. «Заставить» адресата выполнить запланированное действие (РА директив). 3. Выражение психологического состояния, задаваемое условием искренности относительно положения вещей, определённого в рамках пропозиционального содержания (комплимент, порицание – РА экспрессив).
Осложнённое ассертивное высказывание	1. «Заставить» адресата выполнить запланированное действие (РА директив). 2. Возложение на адресата обязательства выполнить действие (РА комиссив).
Директивное высказывание	1. Выражение психологического состояния, задаваемое условием искренности относительно положения вещей, определённого в рамках пропозиционального содержания (пожелание – РА экспрессив).
Декларативное высказывание	1. Заверение в истинности намерений (РА ассертив).
Эротетивное высказывание (косвенный вопрос, риторический вопрос)	1. «Заставить» адресата выполнить запланированное действие (РА директив). 2. Заверение в истинности намерений (РА ассертив). 3. Внесение изменений полномочным лицом в статус указываемого объекта (РА декларатив)

Проблематика интенсификации высказывания – одна из значимых составляющих формирования речевого поведения продуцента, поскольку ориентирована на усиление речевого намерения с целью достижения запланированного эффекта [3]. Можно выделить следующие уровни актуализации этого явления: 1) акторечевой уровень (выбор класса речевого акта, их последовательность, сочетаемость и т. д.); 2) микро- и макроречевой уровни.

Анализ определил наиболее активные и универсальные речевые тактики и сочетания речевых актов в различных типах дискурса:

1) тактика «нагнетания информации» строится за счёт последовательности: ассертивных высказываний с поло-

жительной коннотацией; экспрессивных речевых актов ассертивного типа с интенцией порицания; директивных высказываний, положительно и отрицательно маркированных;

2) тактика «коннотации истины» реализуется путём использования эксплицитной формы пропозиции ассертивного речевого акта;

3) тактика «реконструкции диалога» включает определённую последовательность речевых актов;

4) в политическом дискурсе – это тактика саморекламы, которая является ведущей в рассматриваемых текстах, актуализируется использованием ряда речевых актов (экспрессивных РА с иллокуцией комплимента и порицания),

определённых сочетаний и последовательности экспрессивных РА.

Процесс манипулирования в первую очередь направлен на эмоциональную составляющую, например, к таким чувствам, как неприязнь, радость, страх, патриотизм и т. д. Осуществление такого воздействия представляется наиболее лёгким именно на уровне языка, что мотивировано эмоционально-экспрессивной окраской лексики. Правильный лексический выбор позволяет достигнуть определённых целей, таких как вызов гнева или, наоборот, усиление чувства симпатии в сознании слушателей. Испытанные реципиентом эмоции, в свою очередь, влияют на его действия и поведение.

Интенсификация речевого поведения поддерживается возможностями средств:

- фонетического уровня (различные виды аллитерационных повторов);
- морфологического уровня (морфологические повторы);
- лексического уровня (ключевое слово; метафора и ирония в качестве полифункциональных средств; использование / игнорирование эвфемизмов; повтор лексемы в рамках одного высказывания);
- синтаксического уровня (анафора, эпифора, парцелляция, риторический вопрос);
- графико-орфографического уровня (аббревиация, ненормативная капитализация, дефис, многоточие).

Особенности экспликации комплексов усиления речевого поведения в рамках одного макроречевого акта проявляются следующим образом: а) наблюдается обра-

щение к контаминации средств усиления в рамках одного языкового уровня; б) имеет место межуровневая контаминация средств усиления речевого намерения.

Анализируемый материал даёт возможность определить процесс *интенсификации* как феномен, ориентированный на осуществление направленного влияния на адресата. Его остенсивный (намеренный) характер объясняет тот факт, что данное влияние реализуется с помощью средств, принадлежащих к разным уровням языковой структуры.

### Заключение

Подводя итоги нашего исследования, можно заключить, что современные типы дискурса характеризуются гибридностью и наличием манипулятивного компонента для достижения запланированной продуцентом перлокуции. Этому процессу способствуют косвенная репрезентация иллокутивной цели, выявленные универсальные речевые тактики и сочетания речевых актов.

Кроме того, нарастающие в лингвистике интеграционные процессы свидетельствуют о становлении новой парадигмы в комплексе наук о человеческом познании, в рамках которой язык рассматривается как естественный биологический феномен. Междисциплинарный подход к исследованию манипулятивно маркированного дискурса требует принципиально иного, холистического способа структурирования реальности.

Статья поступила в редакцию 14.05.2021

### ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В. Истоки, проблемы и категории прагматики // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М.: Прогресс, 1985. С. 3–42.
2. Бехтерев В. М. Гипноз. Внушение. Терапия. М.: Книговек, 2015. 416 с.
3. Жирова И. Г. Лингвистическая категория «эмфатичность» в антропоцентризме. Языковая личность Маргарет Тетчер в эмоционально-оценочном дискурсе: монография. М.: Либроком, 2012. 256 с.
4. Мощева С. В. Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации (на материале коммерческого и некоммерческого рекламного дискурса): монография. М.: Русайнс, 2018. 324 с.
5. Стронсон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М.: Прогресс, 1986. С. 131–150.

6. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика: учебник для студентов, магистрантов и аспирантов (докторантов). М.: Восток-Запад, 2006. 200 с.
7. Petryakov L. D. Discourse as the problem and method of philosophy // *World Applied Sciences Journal (Education, Law, Economics, Language and Communication)*. 2013. Vol. 27. Iss. 2. P. 232–235. DOI: 10.5829/idosi.wasj.2013.27.02.13631.
8. Sperber D., Wilson D. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell, 1986. P. 118–171.
9. Sperber D., Wilson D. *Precis of Relevance: Communication and Cognition // Behavioral and Brain Sciences*. 1987. Vol. 10. P. 697–754.

#### REFERENCES

1. Arutyunova N. D., Paducheva E. V. [The origins, problems and categories of pragmatics]. In: *Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vip. 16* [New in foreign linguistics. Iss. 16]. Moscow, Progress Publ., 1985, pp. 3–42.
2. Bekhterev V. M. *Gipnoz. Vnushenie. Terapiya* [Hypnosis. Suggestion. Therapy]. Moscow, Knigovok Publ., 2015. 416 p.
3. Zhirova I. G. *Lingvisticheskaya kategoriya «emfatichnost'» v antropotsentrizme. Yazykovaya lichnost' Margaret Tetcher v emotsional'no-otsenochnom diskurse* [The linguistic category “emphaticity” in anthropocentrism. The Linguistic Personality of Margaret Thatcher in the Emotional Evaluative Discourse]. Moscow, Librokom Publ., 2012. 256 p.
4. Moshcheva S. V. *Intentsional'nost' rechevogo povedeniya: sistema sredstv intensivatsii (na materiale kommercheskogo i nekommercheskogo reklamnogo diskursa)* [Intentionality of speech behavior: a system of intensification means (based on commercial and non-commercial advertising discourse)]. Moscow, Rusains Publ., 2018. 324 p.
5. Stronson P. F. [Intention and convention in speech acts]. In: *Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vip. 17* [New in foreign linguistics. Iss. 17]. Moscow, Progress Publ., 1986, pp. 131–150.
6. Susov I. P. *Lingvisticheskaya pragmatika* [Linguistic Pragmatics]. Moscow, Vostok-Zapad Publ., 2006. 200 p.
7. Petryakov L. D. Discourse as the problem and method of philosophy. In: *World Applied Sciences Journal (Education, Law, Economics, Language and Communication)*, 2013, vol. 27, iss. 2, pp. 232–235. DOI: 10.5829/idosi.wasj.2013.27.02.13631.
8. Sperber D., Wilson D. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford, Blackwell Publ., 1986, pp. 118–171.
9. Sperber D., Wilson D. *Precis of Relevance: Communication and Cognition*. In: *Behavioral and Brain Sciences*, 1987, vol. 10, pp. 697–754.

---

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Мощева Светлана Васильевна – доктор филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и лингвистики Ивановского государственного химико-технологического университета;  
e-mail: moshevasv@mail.ru

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Svetlana V. Moshcheva – Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign Languages and Linguistics, Ivanovo State University of Chemistry and Technology;  
e-mail: moshevasv@mail.ru

---

#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Мощева С. В. Речевое поведение в манипулятивно маркированном дискурсе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2021. № 4. С. 6–12.  
DOI: 10.18384/2310-712X-2021-4-6-12

#### FOR CITATION

Moshcheva S. V. Speech behavior in manipulative discourse. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2021, no. 4, pp. 6–12.  
DOI: 10.18384/2310-712X-2021-4-6-12