

ПРЕДПОСЫЛКИ ВЫЯВЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ОТЧУЖДЕНИЯ*

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению предпосылок, служащих для выявления коммуникативных стратегий отчуждения. Предпосылками для выбора коммуникативных стратегий отчуждения выступают: во-первых, желание или даже стремление говорящего воздействовать на слушающего; во-вторых, речевая агрессия как преднамеренная деформация адресантом коммуникативного пространства адресата в речевой, аксиологической и когнитивной сферах. Основу классификации коммуникативных стратегий составляет конечная цель коммуникативной ситуации, которую мы понимаем как прогнозируемое искомое, как представление о результате, который должен быть достигнут по отношению к адресату.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, отчуждение, воздействие, речевая агрессия, коммуникативная ситуация.

O. Kosova

THE PRECONDITIONS FOR THE DEVELOPING OF THE COMMUNICATIVE STRATEGIES OF ALIENATION

Abstract. The article deals with the preconditions for the developing of the communicative strategies of alienation. The wish or desire of the speaker to exert influence upon the listener and the speech aggression as the purposeful deformation of the listener's communicative world – outlook in the speech, value and cognitive spheres are given as these preconditions. The basic of the classification presents the ultimate speaker's goal in the communicative situation.

Key words: communicative strategy, alienation, influence, speech aggression, communicative situation.

Стратегия как разновидность человеческой деятельности имеет глубинную связь с мотивами, управляющими речевым поведением личности, и явную, наблюдаемую связь с потребностями и желаниями [Иссерс О.С., 2003].

К числу наиболее существенных мотивов человеческого поведения автор относит

желание быть эффективным (то есть реализовать интенцию) и необходимость приспособиться к ситуации. К числу вторичных целей общения, по мнению Дж. Дилларда и его соавторов, относятся цели, связанные с самовыражением (*identity goals*), с эффективным взаимодействием коммуникантов (*interaction goals*), цели, отражающие стремление говорящего сохранить и приумножить значимые для него ценности (*resource goals*) [цит. по Иссерс О.С., 2003, с. 58-59]. Первичные цели общения лежат в основе коммуникативного процесса, вторичные цели определяют речевой материал и речевое поведение.

Рассуждения Дж. Дилларда и его коллег частично перекликаются с идеями, высказанными Дж. Серлем в его работе «Интенциональность». В частности, первичные мотивы по Дж. Дилларду соотносятся с интенциональными состояниями по Дж. Серлю [Searle J., 1983].

Особое место в теории мотивов деятельности занимают гедонистические концепции: всякая деятельность подчиняется максимизации положительных и минимизации отрицательных для личности результатов [Красноперова Ю.В., 2005, с. 115]. Мотивация речевой стратегии, выбор одного из путей достижения цели зависит от установок личности.

Учитывая все вышеназванные мотивы, цели и желания говорящего, можно с уверенностью утверждать, что первой предпосылкой для выбора им определенных коммуникативных стратегий и тактик служит желание или даже стремление говорящего воздействовать на слушающего. В.Е. Чернявская определяет воздействие как «изменение отношений, взглядов, оценок, – в целом, – поведения личности [Чернявская В.Е., 2006, с. 25]. С позиций автора, поведение представляет собой сложноструктурированный ментальный комплекс, имеющий две стороны – когнитивную и эмоциональную. Изменение этого комплекса возможно посредством таких способов, как:

– персуазивность, то есть воздействие адресанта сообщения на сознание адресата средствами языка с целью убеждения его в

* © Косова О.А.

чем-то, призыв к совершению или несовершению им определенных действий, изменение и направление его поведения;

– суггестивность, то есть скрытое воздействие, воспринимаемое без критических оценок, своего рода внушение, наведение на мысли, отличительной чертой которого является ослабленный контроль, либо его отсутствие со стороны сознания при получении и обработке информации.

А.В. Олянич понимает под воздействием активное вмешательство объекта / субъекта в физическое или интеллектуальное существование другого объекта / субъекта с целью намеренного изменения их системно-структурных параметров, что может привести к удовлетворению намерений деятеля – воздействующего, и, соответственно, либо к ухудшению параметров объектов / субъектов воздействия, либо к максимально позитивному преобразованию объектов / субъектов воздействия вместе с их системно-структурными параметрами [Олянич А.В., 2003, с. 212].

Таким образом, воздействие на адресата представляет комплексное влияние на его эмоциональную и рациональную сферы, на область его знания и поведения.

В.И. Карасик выделяет три типа воздействия – на культурологическом, социальном и психологическом уровнях. Воздействие на культурологическом уровне осуществляется контекстом культуры, в которой находится человек. Воздействие на социальном уровне – влияние на человека как представителя той или иной общности, группы, осуществляемое целенаправленным выбором средств воздействия (авторитет, манипуляция, аргументация, сила). Воздействие на психологическом уровне – личностное, индивидуальное влияние на человека, осуществляемое как эмпатия и переход в область личностных смыслов [Карасик В.И., 2002, с. 127-131].

Оказание воздействия совершается посредством использования соответствующих самой цели и ситуации общения языковых средств, при соблюдении правил общения и гибком реагировании на меняющиеся условия, в которых протекает коммуникация.

В случае осознанного, планируемого оказания воздействия интенциональное состояние адресанта вполне определено. Однако адресат может опознать его, а может и не опознать его (адресант намеренно выбирает такую форму высказывания, чтобы не сигнализировать о своем истинном интенциональном состоянии: это не что иное, как

манипуляция). Если требуемое воздействие состоялось, то говорят об эффективности процесса построения общения, адекватной оценке его факторов и использовании средств, соответствующих этим факторам, с одной стороны, и коммуникативным целям, с другой [Федорова Т.В., 2008, с. 34].

Воздействие неизбежно влечет за собой вступление на чужую психологическую территорию; включает «право собственности» на свой стиль деятельности, игнорируя «новшества» со стороны партнера по коммуникации. Кроме того, принимая во внимание современную трактовку общения как субъект – субъектную коммуникацию, можно утверждать, что слушающий, в свою очередь, не является безучастным, равнодушным наблюдателем, он не всегда может испытывать желание быть «марионеткой» в руках говорящего.

Сознание человека окружено некоторой защитой (защитным слоем), способной противостоять чужому воздействию. Ее надежность зависит от ряда факторов, главным из которых является эффективность инструмента, воздействующего на защиту.

Во-первых, защиту можно сломить, используя грубую силу (применительно к ситуации речевого воздействия – эмоциональное давление, через прямое использование оценки).

Во-вторых, в защитном слое можно найти уязвимые места, где оценка маскирует ассертивную часть высказывания под пресуппозиционную, что, по терминологии Т. М. Николаевой, называется «лингвистической демагогией» (психологические приемы воздействия на людей – логические ловушки, организуемые либо с игровой целью, либо с целью унижения адресата) [Николаева Т.М., 1988, с. 155].

В-третьих, защиту можно ослабить открыто и ненасильственно (если «облачить» сообщение в «привлекательную упаковку», то есть речь идет о так называемой «скрываеваемой манипуляции») [Сентенберг И.В., 1993, с. 31].

Все вышеизложенные положения свидетельствуют о взаимоотношениях, построенных по принципу «власти – подчинения», что влечет обязательное использование аргументации. Подобного рода общение трансформируется в персональную дистанцию между коммуникантами, содержащую в себе манипулятивный компонент.

Наряду с понятием «воздействие» в рам-

ках настоящего исследования немаловажная роль отводится также такому базовому понятию, как коммуникативное пространство, которое рассматривается как зона реальных и потенциальных контактов каждого из участников коммуникации с точки зрения говорящего (адресанта). Вступая в коммуникативные отношения, каждый из участников общения обладает собственным видением процесса коммуникации, своей роли в нем, имеет свои ценностные ориентиры и собственные представления о том или ином предмете речи. Очевидно, что при любом понимании коммуникативное пространство многомерно, подвижно, изменчиво, его невозможно структурировать однозначно. Речевая агрессия рассматривается в этой связи как преднамеренная деформация адресантом коммуникативного пространства адресата в речевой, аксиологической и когнитивной сферах. Смысл такой деформации состоит в преднамеренном вовлечении адресата в реальный или потенциальный конфликт с целью изменения *status quo* во всех вышеназванных сферах. Сам процесс вовлечения адресата в этот конфликт Т.А. Воронцова называет «вторжением» [Воронцова Т.А., 2006, с. 16].

По мнению Т.А. Воронцовой, речевая, аксиологическая и когнитивная сферы и определяют основные коммуникативно-прагматические типы речевой агрессии, суть которых заключается в следующем.

1. Речевая агрессия как вторжение в речевое пространство адресата имеет место в межличностной (интерперсональной) коммуникации. Субъектом агрессии в этом случае является адресант, а объектом – адресат, то есть объект речевой агрессии является участником коммуникации, которому адресант пытается навязать собственный коммуникативный сценарий.

2. Речевая агрессия как вторжение в аксиологическое пространство адресата может быть представлена в любом типе коммуникации. Суть такого вторжения – в агрессивном навязывании адресату негативного отношения к референту высказывания, то есть объект агрессии не представлен в коммуникации, но обозначен в речи. Объектом речевой агрессии может являться конкретное лицо или группа лиц, объединенных по какому-то признаку. По отношению к ним можно говорить о косвенной адресации речевой стратегии, которая проявляется как стратегия дискредитации. Коммуникативная интенция агрессивных высказываний заключается в стремлении ин-

дуцировать у адресата негативное отношение к объекту высказывания с целью разрушения реальных или потенциальных контактов между адресатом и референтом высказывания. Обязательным условием «успешности» такого речевого поведения является тот факт, что объект речевой агрессии должен быть известен адресату, то есть включен в сферу его жизненных интересов.

3. Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство заключается в том, что адресант стремится негативизировать определенный концепт и изменить его место в картине мира адресата. Объекты речевой агрессии в данном случае не могут участвовать в процессе коммуникации, поскольку представляют собой понятие с «размытым» смыслом и существуют в массовом сознании на уровне концептов. Т.А. Воронцова называет такой тип агрессии когнитивным и указывает на возможность его существования лишь в массовой коммуникации. С точки зрения адресанта, такие объекты должны находиться в сфере ключевых интересов всего общества, так как связаны угрозой безопасности, благополучию, здоровью и так далее. Выбор таких объектов агрессии определяют экстралингвистические факторы: политическая, экономическая, культурная ситуация в обществе. Специфика данной разновидности речевой агрессии заключается в том, что если данный объект действительно связан с интересами всего социума, то воздействие на массового адресата будет осуществляться многократно множеством адресантов через большое число дискурсов. Деструктивность речевого поведения заключается в том, что «смысловой перекос» при употреблении в каждом конкретном случае приводит в сумме к изменению на уровне концепта.

4. В реальной коммуникации различные типы речевой агрессии могут быть тесно взаимосвязаны: создание коммуникативного дисбаланса, изменения в содержании и структуре концепта могут осуществляться посредством оценочных механизмов, то есть между различными типами агрессивного поведения может существовать диалектическая связь. Вместе с тем, основные параметры агрессивного речевого поведения определяются коммуникативно-прагматической установкой, которая и формирует все вышеуказанные типы речевой агрессии [Воронцова Т.А., 2006, с. 15-19].

Таким образом, речевая агрессия – коммуникативно-прагматическое явление, кото-

рое не может не рассматриваться вне дискурсивного контекста. Речевая агрессия может проявляться в рамках любого типа общения (межличностного, группового, массового) и любого дискурса, независимо от временных и национальных факторов. Речевые и языковые параметры данного типа поведения определяются дискурсивными условиями.

Коммуникация, в основе которой изначально заложена речевая агрессия, имеет определенную цель, заключающуюся в создании иерархических отношений (коммуникативной вертикали) между коммуникантами, стремлении либо к прекращению коммуникации, либо к превращению диалогического общения в монологическое.

С психологической точки зрения, цель агрессивного речевого поведения в межличностной коммуникации – это желание оскорбить, унижить партнера по коммуникации, с точки зрения коммуникативно-прагматических установок адресанта это стремление изменить протекание процесса коммуникации в нужном адресанту направлении за счет ущемления «коммуникативных прав» партнера по коммуникации. Все это можно обобщить таким термином, как «вербальное нападение».

Если принять во внимание все вышеуказанные положения, а также положить в основу классификации конечную цель подобного общения, которую мы понимаем как прогнозируемое искомое, как представление о результате, который должен быть достигнут по отношению к адресату, мы выявляем следующие коммуникативные стратегии, которые обобщенно будем называть коммуникативными стратегиями отчуждения:

- коммуникативная стратегия власти и подчинения;
- коммуникативная стратегия аргументирования;
- аксиологическая стратегия.

Исследуемые в настоящей статье коммуникативные стратегии отчуждения получают свое название в связи с тем, что все они в конечном счете нацелены говорящим на отчуждение. Это может быть связано как с процессом отчуждения самого слушающего в связи с интенцией говорящего, как с процессом «отчуждения», то есть изменения взглядов, точек зрения, отношения слушающего к определенным объектам или субъектам действительности.

Во-первых, важно отметить, что в процессе взаимодействия говорящий, нацелен-

ный на определенный перлокутивный эффект, в редких случаях будет использовать одну коммуникативную стратегию в «чистом» виде. В большинстве случаев они используются говорящим комплексно для усиления эффекта воздействия на слушающего. Такое речевое поведение говорящего по отношению к слушающему указывает на то, что говорящий характеризуется как целеустремленная, амбициозная языковая личность, не терпящая неудач в достижении поставленной цели.

Во-вторых, в зависимости от психологических характеристик слушающего, определяется и его роль и функция в процессе конфликтной ситуации общения. Отнюдь не каждый слушающий смиряется с уготовленной ему участью «жертвы», он может уловить подходящий момент и перехватить инициативу, используя те же коммуникативные стратегии с целью самозащиты от нападков и «манипуляций» своего оппонента. Распознав планы своего собеседника, получатель сообщения может также до определенного момента «подыгрывать» ему для уточнения «речевого портрета» говорящего, а также для подготовки к ответному «удару».

В-третьих, и говорящий, и слушающий могут объединять свои усилия, если речь идет о личности, непосредственно не участвующей в коммуникации, но, по мнению самих участников общения или одного из них, выступающей «антиобразом» социального, морального поведения. Исходя из этого положения, коммуниканты воссоздают «портрет» социального или морального «антиобраза», формируемого из выработанного в процессе социализации набора средств лингвокультуры через создание негативного образа или через умаление положительных качеств лица.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Воронцова Т.А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: Автореф. дис. до-ра. филол. наук: 10.02.19. – Челябинск, 2006. – 43 с.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2003. – 288 с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса – М., 2002. – 303 с.
4. Красноперова Ю.В. Дискурсивные стратегии участников интервью: Дис. канд. филол. наук: 10.02.04. – Иркутск, 2005. – 236 с.
5. Николаева Т.М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности. – М., 1988. – С. 154-165.
6. Олянич А.В. Драматургия непрямого воздействия // Прямая и не прямая коммуникация: сб. научных статей / отв. ред. В.В. Дементьев. – Са-

- ратов, 2003. – С. 212-220.
7. Сентенберг И.В. Псевдоаргументация: некоторые виды речевых манипуляций // Речевое общение и аргументация. – СПб., 1993. – Вып. 1. – С. 30-39.
 8. Федорова Т.В. Аргументация в контексте непрямой коммуникации (на материале английского языка): Дис. канд. филол. наук: 10. 02. 04. / – Иркутск, 2008. – 163 с.
 9. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136с.
 10. Searle J. R. Intentionality. An Essay in the Philosophy of Mind / J. R. Searle. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 278 p.

УДК 81'38:811.162.4

Кувшинова Е.А.

ЛЕКСЕМА МУЖИК КАК СТИЛИСТИЧЕСКИ МАРКИРОВАННАЯ ЕДИНИЦА В ЯЗЫКЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А.С. ПУШКИНА*

Аннотация. Настоящая статья посвящена становлению *разговорной речи* как стилистической категории в русском литературном языке первой половины XIX века. Целью является анализ функционального поля слова *мужик* и становления его как стилистически маркированного средства в языке произведений А.С. Пушкина. Для проведения анализа используются толковые словари русского языка, а также «Словарь языка Пушкина».

Ключевые слова: разговорная речь, просторечие, стилистически маркированная единица, лингвистическая категория, стилистическая категория, лексема *мужик*.

E. Kuvshinova

LEXEME “MUZHNIK” AS STYLISTICALLY MARKED UNIT OF LANGUAGE IN LITERARY COMPOSITIONS OF A. PUSHKIN.

Abstract. The present article is devoted to colloquial speech formation as a stylistic category of the Russian standard language of the first half of XIX century. The article is intended to analyze the functional field of the word “muzhik” and its development as stylistically marked means of language in literary compositions of A.S. Pushkin. Explanatory dictionaries of the Russian language as well as “The Dictionary of language of A.S. Pushkin” have been used for the analysis.

Key words: colloquial speech, vernacular, stylistically marked unit, linguistic category, stylistic category, lexeme “muzhik”.

*“Muzhik” - “a man, a peasant” (Rus).

С именем А.С. Пушкина связана идея формирования русского литературного языка нового времени, становления новой стилис-

тической системы русского литературного языка, завершение формирования художественного стиля как функциональной разновидности языка, что отмечает К.А. Войловой: «Величайшей заслугой Пушкина является то, что в его творчестве были заложены основы стилистической системы современного русского языка, были выработаны и закреплены осознанные и принятые современниками и последующими поколениями общенациональные нормы русского литературного языка. И стилистическая система, и нормы были изначально сориентированы Пушкиным на русскую народную языковую стихию – всегда живую, неповторимую, яркую, самобытную – стихию, жизненно необходимую для развития русского книжного литературного языка» [Войлова К.А., 2007, с. 20].

Наиболее интересной проблемой в лингво-стилистической концепции Пушкина-лингвиста, на наш взгляд, является проблема формирования новой стилистической категории – *разговорная речь*. Ее становлению способствовало противопоставление *просторечия* простонародной языковой стихии и противопоставление *просторечия* разговорной речи. К. А. Войловой отмечено: «Просторечие и разговорная речь начинают противопоставляться сферой своего использования: единицы разговорной речи становятся тем корпусом языковых единиц, которые составляют основу произведения, просторечие же изначально стало восприниматься как стилистически маркированное средство. Однако просторечие как стилистическая категория не могло противопоставляться разговорной речи как лингвистической категории. Поэтому постепенно разговорная речь развивает статус стилистического средства и начинает

* © Кувшинова Е.А.