

Андреева Ольга Николаевна

СТРАТЕГИЯ УБЕЖДАЮЩЕЙ РЕЧИ В ЭПИСТОЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ В ЗАЩИТУ)

Исследуется стратегия убеждения как способ воздействия на адресата в эпистолярных текстах. Материалом исследования служат открытые письма, которые называются в СМИ "письмами в защиту". В статье рассматриваются различные тактики убеждающей речи, их использование в композиционных частях писем. Проводится сопоставление психологического и лингвистического подходов к вопросу о стратегиях и тактиках речевого воздействия. Сделаны выводы относительно факторов, влияющих на эффективность коммуникации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/1-1/5.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 1 (31): в 2-х ч. Ч. I. С. 24-27. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/1-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

5. **Кеннеди Дж.** *Presidential Debate in New York October 21, 1960* [Электронный ресурс]. URL: www.presidency.ucsb.edu (дата обращения: 15.09.2013).
6. **Обама Б.** *Presidential Debate in Boca Raton, Florida October 22, 2012* [Электронный ресурс]. URL: http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102344#ixzz2hJv6akrt (дата обращения: 12.08.2013).
7. **Ромни М.** *821 – Presidential Debate in Boca Raton, Florida October 22, 2012* [Электронный ресурс]. URL: http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102344 (дата обращения: 03.10.2013).
8. **Рябова М. Ю.** Власть как дискурсивный феномен // Вестник Бурятского государственного университета. Улан-Удэ: Бурятский государственный университет. 2010. № 10. С. 62-66.
9. **Солнцев В. М.** Вариативность как общее свойство языковой системы // Вопросы языкознания. 1984. № 2. С. 31-42.

VARIETY DYNAMICS OF POLITICAL DISCOURSE IN THE USA (BY MATERIALS OF AMERICAN POLITICIANS' SPEECHES)

Akopova Dar'ya Romanovna
Institute of Linguistics of Russian Academy of Sciences
dasha2810@mail.ru

In the article the notion of political discourse and its dependence on the factors of extra-linguistic character are described. The author pays special attention to political discourse variety in time aspect. That includes the analysis of a definite period ideology as an integral part of language consciousness. The variety dynamics is studied by the example of the speeches of the American politicians of the 60s of the XXth century and the USA modern statesmen.

Key words and phrases: political text; political discourse; political communication; variety; sociolinguistics; strategies and tactics of manipulation.

УДК 81'271.16

Филологические науки

Исследуется стратегия убеждения как способ воздействия на адресата в эпистолярных текстах. Материалом исследования служат открытые письма, которые называются в СМИ «письмами в защиту». В статье рассматриваются различные тактики убеждающей речи, их использование в композиционных частях писем. Проводится сопоставление психологического и лингвистического подходов к вопросу о стратегиях и тактиках речевого воздействия. Сделаны выводы относительно факторов, влияющих на эффективность коммуникации.

Ключевые слова и фразы: письмо в защиту; убеждение; речевые стратегии и тактики; психология общения.

Андреева Ольга Николаевна

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова
olga464@list.ru

СТРАТЕГИЯ УБЕЖДАЮЩЕЙ РЕЧИ В ЭПИСТОЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ В ЗАЩИТУ)[©]

Письма в защиту кого-либо или чего-либо имеют давнюю историю. Можно сказать, что они ведут начало от древних челобитных грамот. Авторы таких писем обращаются к своим адресатам, чтобы предотвратить некое действие, имеющее, на их взгляд, опасные или разрушительные последствия. Для этого они пытаются на них воздействовать: просят, требуют, советуют, предупреждают, используя различные речевые стратегии и тактики. Одной из главных является стратегия убеждения.

В «Новом объяснительном словаре синонимов русского языка» под редакцией Ю. Д. Апресяна значение слова «убеждать» описывается следующим образом: *человек X, считая или зная, что человек Y считает P не истинным или сомневается в его истинности, и желая, чтобы Y считал, что P истинно, говорит Y-у о P то, что может заставить Y-а так считать* [3, с. 1172].

Целью речевого акта в этом случае становится изменение ментального состояния (какого-либо мнения) адресата. При этом темы обсуждения могут быть и бытовыми, и философскими, мировоззренческими, а доводами могут быть любые утверждения, из которых следует правдоподобность P. Далее автор словарной статьи указывает: «Поскольку каждому человеку дорого собственное мнение и он не хочет с ним расставаться, <...> адресат становится оппонентом субъекта, и последнему приходится прилагать усилия, чтобы преодолеть его сопротивление. С этой целью субъект приводит не только развернутую аргументацию в пользу своей точки зрения, при этом не обязательно строго фактическую, но пытается воздействовать и на эмоции адресата» [Там же, с. 1173].

Аргументативная тактика – это основа любого убеждения. Удачно подобранные факты в защиту определенного мнения могут оказать на слушающего сильное воздействие и будут способствовать достижению цели говорящего. Выстроенная по этим правилам речь включает в себя элементы, предполагающие эмоциональный и рациональный отклик воспринимающей стороны. Умение воздействовать на аудиторию является

в настоящее время важной коммуникативной компетенцией, оно требуется в различных видах деятельности, а также «играет определяющую роль в построении речи любого политика, обозначая основную цель адресанта и способы ее достижения» [5, с. 172]. «Адресаты интерпретируют содержание текста, исходя из собственных установок, жизненного опыта, влияния предшествующих текстов, поэтому реакция <...> достаточно часто бывает неожиданной, непредсказуемой для автора» [2, с. 2]. Авторам писем в защиту доступно лишь предположение о возможной реакции адресата на их обращение, поэтому контролировать эмоциональный фон получателей писем они не могут. Следовательно, автору нужно привести аргументы, которые могли бы быть истолкованы как можно ближе к тому смыслу, какой вкладывает в них он сам.

Письма в защиту содержат аргументы, которые в большинстве своем являются рациональными. Авторы книг по психологии общения дают многочисленные советы тем, кто хочет сделать свою речь более убедительной. В известной книге Рудольфа Вердербера «Психология общения» находим описание трёх распространенных схем (методов) убеждающей речи. Первая схема – *метод линейного изложения рациональных доводов* (когда второй по силе довод помещается в начало цепочки, самый сильный – в конец, остальные располагаются между ними). Вторая – *метод сравнительных достоинств* (убеждение в том, что новое предложение значительно лучше того, что делается в этом направлении сейчас). *Метод мотивации* соединяет в себе решение проблемы и мотивацию слушателей (они получают наглядное представление о том, в чем заключена их выгода) [1, с. 379]. Не можем утверждать, что авторы писем при их составлении руководствовались инструкциями психологов, но указанные схемы убеждающей речи присутствуют в описании конфликтных ситуаций, в характеристиках противодействующих сторон, в прогнозировании событий и формулировке цели послания. Например:

«Появление в этот день «праздничных портретов» одного из величайших преступников 20-го века... вызовет острую негативную реакцию и отнюдь не только со стороны репрессированных и их родственников (первый довод). Тысячи москвичей в День Победы будут вынуждены смотреть на портреты убийцы их отцов и дедов. Разумеется, многие не смиряются с прославлением палача (второй довод). Внимание общества будет привлечено в День Победы не к ветеранам, её завоевавшим, а к портретам диктатора, и повлечёт за собой противостояние в самых непредсказуемых формах» (самый сильный довод в методе линейного изложения) [16].

«Писатели экспериментируют, читатели жалуются или восхищаются, но всем понятно, что своего настоящего рождения новый русский язык еще не получил. Во всех языках именно переводы Библии играли и играют важную роль в становлении стиля. Перевод РБО (Российского библейского общества) в этом смысле – отличный образец сдержанного, нейтрального, но и достаточно богатого языка» (метод сравнительных достоинств) [9].

«Надеемся, что Вы примете правильное решение, от Вас зависит судьба бесценных сокровищ, собранных многими поколениями рязанцев. Музейщики тоже Ваши избиратели». «Мы очень дорожим единством нашей веры и культуры, нашими православными традициями и бесценным историко-культурным наследием. Поэтому выражаем надежду, что в решении этого сложного вопроса возобладают государственная мудрость и церковное благочестие, добрая воля и согласие, взаимное стремление к сотрудничеству власти, церкви и общества во благо нашего великого Отечества» (метод мотивации) [18].

О. Н. Паршина разделяет стратегию убеждения на аргументативную и агитационную, выделяя в аргументативной стратегии следующие тактики: *сопоставительный (контрастивный) анализ, указание на перспективу, обоснованные оценки, иллюстрирование* [4, с. 110]. По сути, это иное членение указанных выше методов, а расхождение в терминологии, на наш взгляд, не играет особой роли. Эти тактики используются не только в стратегии убеждения, но и в стратегии дискредитации.

В тактике *сопоставительного анализа* чаще всего используются темпоральные или локальные характеристики (сравнение показателей во времени или в пространстве). В исследованных текстах эта тактика часто встречается в описании сути конфликта:

«Следует отметить, что волк внесен в Европейский Красный список, Международную Красную книгу, охраняется Бернской конвенцией. Республика Беларусь осталась одной из немногих европейских стран, не присоединившихся к этой конвенции, страной, где вместо охраны и научно обоснованного регулирования фактически ведется истребление волка всеми способами и орудиями без ограничения срока» [6].

Также эта тактика используется при характеристике персонажей, участников конфликта или в самопрезентации. В этом случае сопоставление проходит по линии характера или личных качеств персонажа:

«Я не юрист, в отличие от Вас, Дмитрий Анатольевич; именно поэтому не имею права комментировать сам процесс: не будет обоснованных аргументов, а на начитанности и личных впечатлениях далеко не уедешь. Мои аргументы как раз личного характера. Я просто – за своих. Своих ведь не бросают, несмотря ни на что?» [14].

Тактика *указания на перспективу* используется в прогнозировании, к которому прибегают авторы большинства писем:

«Если снесут этот лесок, ширина которого не очень-то большая, то стройка блокирует подъезд к домам, бесконечный шум в десяти метрах от окна не даст покоя, а ведь среди жителей есть и молодые семьи, планирующие обзавестись потомством» [8].

Заметим, что в прогнозах авторы писем рисуют негативные образы намного чаще, чем позитивные. Использование позитивных примеров – признак тактики уговора. Глагол *уговаривать* и его синонимы *убеждать, улаживать* предполагают внутреннее сопротивление адресата и попытку субъекта сломить это сопротивление. Однако если убеждение предполагает воздействие на разум и эмоции, то уговаривание нацелено, скорее, именно на разум адресата. В таких случаях адресант, обращаясь к собеседнику, не пытается

его запугать или ввести в смятение, не демонстрирует свою силу – он обращается к собеседнику как к единомышленнику, с которым возникли временные разногласия:

«Уровень цивилизованности государства оценивается во многом на основании того, как оно относится к деятелям культуры. Искусство не может быть демократическим, либеральным, коммунистическим, политкорректным – оно оценивается по иным признакам. Оно вообще живет по иным законам. Россия не сможет стать великой державой до тех пор, пока она не научится ценить своих гениев и своих героев» [19].

Только обоснованные оценки могут быть приняты в серьезном разговоре как аргумент. Авторы писем в защиту чаще всего используют рациональные оценки нормативного характера: *правильно, так не бывает, лучшие всего, это высокий результат* и так далее. Эмотивность оценкам придает использование разговорных слов или языковых образных средств: *ложится тяжким бременем, до сих пор чинятся препятствия, заводить свару, дикая практика, все круги ада* и подобных. Тактика обоснованных оценок, как правило, сопровождается аргументацией, которая или предшествует оценке, или следует за ней как обоснование:

«Со дня убийства В. Листьева прошло 15 лет. Анна Политковская была убита 4 года назад. Редактор «Химкинской правды» Михаил Бекетов был изувечен в ноябре позапрошлого года. Эти преступления не раскрыты до сих пор. Выходит, что журналист в России – мишень легкая, эффективная и совершенно безопасная» [13].

В этой тактике используется также прием контраста положительной и отрицательной оценок. Положительная оценка при этом может быть как в препозиции (*А хорошо, а Б плохо*), так и в постпозиции (*Б плохо, а А хорошо*):

«Мужество и подвиги людей, защищавших родину в годы войны, были и остаются духовным наследием всего народа. Попытка переписать это наследие на имя Сталина – не что иное как мародерство» [10];

«Мне стыдно смотреть в глаза иностранных туристов, которые, спотыкаясь и падая, преодолевают центральные улицы города, как на войне. А ведь они приехали в «культурную столицу России» [12].

Сравнение положительных и отрицательных характеристик иногда подается авторами в ироническом или саркастическом тоне:

«Власть, которая разрешила трем тысячам семей отдыхать на берегу Волги, превысила свои полномочия. А чиновники-мерзавцы, которые топчут в грязь Конституцию и Водный кодекс России, своих полномочий не превышают» [17].

Тактика иллюстрирования опирается на реальные факты (упоминание произошедшего события с включением статистических данных, конкретных имен, названий и так далее) и примеры (одно из ряда похожих событий, подтверждающих высказанную мысль). При этом фактами и примерами могут быть ссылки на международный и исторический опыт, цитаты из высказываний авторитетных людей, а также пословицы, афоризмы, неоспоримые утверждения:

«Результатом сокращения объемов преподавания русского языка и литературы стало резкое падение грамотности учащихся Республики Татарстан. Это подтверждается результатами ЕГЭ 2009 года – экзамен по русскому языку в РТ не сдали 5,6% от общего количества выпускников, в то время как в среднем по России – 2,4%» [15];

«Неужели ничему не научил горький опыт Василия Быкова? Один из лучших прозаиков бывшего СССР, защищавший свою родину с оружием в руках, был вынужден провести столько лет вне её» [11].

Факты могут быть противопоставлены или выстроены по принципу градации:

«История знает много случаев, когда новые технологии не вписывались в рамки законодательства и осуждались. Во времена инквизиции были запрещены патологоанатомия и астрономические наблюдения. Феодалные правила дорожного движения («повозка крестьянина уступает дорогу лошади дворянина») с появлением автомобиля оказались непригодны. Сегодня мы наблюдаем спор: что же важнее для общества – технологии, дающие свободу информации, или права интеллектуальной собственности, действующие по шаблонам прошлого века» [7].

Произведенный подсчет показал, что адресантами писем в защиту чаще применяется тактика обоснованных оценок (встречается в 62% писем), на втором месте – тактика иллюстрирования (39,6%), немного реже встречается указание на перспективу (31%) и сопоставительный анализ (26%). Стоит заметить, что различные тактики обычно бывают тесно связаны, и трудно найти пример сопоставления, лишенный оценки, или тактику иллюстрирования без сопоставления. Осознавая некоторую условность деления, мы опирались при подсчете на ведущий приём в отдельном отрывке письма.

Выбор речевых средств зависит от многих причин, в частности от того, насколько активно адресант стремится воздействовать через свое письмо на поведение собеседника. Попав в руки адресата, письмо утрачивает какую бы то ни было возможность варьирования. Адресат послания «считывает» смысл текста со слов-маркёров. При этом, конечно, возможно расхождение в понимании одних и тех же слов (фактов) разными людьми. Расхождение в интерпретации текста обусловлено как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами: различным пониманием языковых единиц, уровнем образования собеседников, их ценностными установками, соотношением социальных статусов, психологическим состоянием, мотивацией к коммуникации, соотношением текста с более широким дискурсом и так далее. Если установки говорящего и слушающего совпадают, а их коммуникативные намерения не вступают в противоречие, то стремление одной стороны воздействовать на собеседника встречает ответное желание другой стороны присоединиться к высказанному мнению. В противном случае между коммуникантами возникают антагонистические отношения, когда попытка повлиять на собеседника наталкивается на его столь же сильное желание защититься от этого воздействия.

Учитывая эти обстоятельства, а также то, что письмо лишено невербальных знаков, которыми отличается реальное общение, автору следует помнить об особой смысловой нагрузке, которая ложится в письменном тексте на слово.

Список литературы

1. Вердербер Р. Психология общения. Тайны эффективного взаимодействия. СПб.: Прайм-Еврознак, 2006. 416 с.
2. Лапшова О. А. Психологическое содержание текста и его оценивание методами интент-анализа и психосемантики: автореферат дисс. ... канд. псих. наук. М.: Институт психологии РАН, 2001. 24 с.
3. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Изд-е 3-е. / под общим руководством Ю. Д. Апресяна. М.: Языки славянской культуры, 2003. 1298 с.
4. Паршина О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / под ред. О. Б. Сиротининой. М.: Издательство ЛКИ, 2007. 232 с.
5. Сафина Р. А., Шарипова А. В. Стратегии сохранения власти в немецком политическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (29): в 2-х ч. Ч. I. С. 171-177.
6. <http://www.bellona.ru/enwl/Archive/1332747385.42/1333101525.69> (дата обращения: 18.11.2013).
7. <http://www.charter97.org/bel/news/2004/06/18/pesniary> (дата обращения: 18.11.2013).
8. <http://www.domodedovo-city.ru/forum/domodedovo/building-housing-issues/3761.html> (дата обращения: 18.11.2013).
9. <http://www.foru.ru/slovo.27831.1.html> (дата обращения: 18.11.2013).
10. <http://www.memo.ru/2010/03/03/portraits.htm> (дата обращения: 18.11.2013).
11. http://www.navyu.by/rubrics/society/2010/12/23/ic_articles_116_171785/
12. <http://www.online812.ru/2010/12/17/005/> (дата обращения: 18.11.2013).
13. <http://os.colta.ru/society/russia/details/18543/> (дата обращения: 18.11.2013).
14. <http://plushkin-shar.livejournal.com/55073.html> (дата обращения: 18.11.2013).
15. <http://www.rusk.ru/st.php?idar=114750> (дата обращения: 18.11.2013).
16. http://www.snob.ru/profile/9599/blog/17126#comment_100024 (дата обращения: 18.11.2013).
17. <http://www.snt-r.ru/forum/1/sub3/?id=10> (дата обращения: 18.11.2013).
18. <http://regnum.ru/news/612478.html#ixzz210y6FQHA> (дата обращения: 18.11.2013).
19. <http://www.zavtra.ru/content/view/2001-08-2882/> (дата обращения: 18.11.2013).

**STRATEGY OF CONVINCING SPEECH IN EPISTOLARY TEXTS
(BY MATERIALS OF LETTERS OF PROTECTION)**

Andreeva Ol'ga Nikolaevna

*I. I. Polzunov Altai State Technical University
olga464@list.ru*

The strategy of convincing is researched as a way of influence on addressee in epistolary texts. The open letters, called in mass media "letters of protection", are used as the material of research. The article considers different tactics of convincing speech, its use in composition parts of letters. The comparison of psychological and linguistic approaches with the question about the strategies and tactics of speech influence is conducted. The article concludes about the factors influencing on effectiveness of communication.

Key words and phrases: letter of protection; convincing; speech strategies and tactics; communication psychology.

УДК 811.512'1

Филологические науки

Телеутский язык – исчезающий язык одного из малочисленных коренных народов Сибири, который в настоящее время используется только в быту. В силу того, что телеуты в XIX веке сменили шаманизм на христианство, многое из религиозных представлений этого народа ушло в небытие. Тем не менее, отдельные реликты остались. Исследование посвящено выявлению лакун, связанных с представлением о душе, в долговременной памяти телеутов. Анализ языкового материала показал, что в прототипичных для обыденного сознания ситуациях реализуется сложная сеть парадигматических связей, которая распадается с изменением жизненного уклада народа.

Ключевые слова и фразы: телеутский язык; фрейм «душа человека»; лакунарность; категоризация; шаманизм.

Араева Людмила Алексеевна, д. филол. наук, профессор

Максакова Екатерина Евгеньевна

Кемеровский государственный университет

araeva@list.ru; e-maksakova@yandex.ru

ФРЕЙМ «ДУША» В АСПЕКТЕ ЛАКУНАРНОСТИ[©]

Исследование выполнено при поддержке РГНФ № 13-14-42004/12.

Телеутский язык является языком исконного народа Сибири. С одной стороны, это язык малочисленного народа, исчезающий язык. С другой, как показывают беседы с телеутами в полевых условиях, в настоящее