

Щеглова Наталья Владиславовна

ПРИЕМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОБЕСЕДНИКА ПОСРЕДСТВОМ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

В статье рассматривается употребление фразеологических единиц, как одного из способов речевого воздействия на мысли адресата. Обосновывается уместность использования фразеологических единиц, как приёма для достижения цели речевого воздействия. Проводится анализ аргументативного пространства фразеологических единиц, подчеркивается их информативность, образность, экспрессивность. Акцентируется внимание на их иллокутивной и перлокутивной силе.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/7-2/61.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 7 (37): в 2-х ч. Ч. II. С. 214-217. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/7-2/

© 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

4. Гусаров А. В. Определение миссии организации // Менеджмент в России и за рубежом. 1999. № 3. С. 130-135.
5. Дементьев В. В., Седов К. Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров: учебное пособие. Саратов: Изд-во Саратовского пед. ин-та, 1998. 107 с.
6. Наер В. Л. Стиль и текст и стиль текста // Информативность текста и его компонентов: сборник научных трудов МГПИИЯ им. Тореза. М.: МГПИИЯ, 1986. Вып. 263. С. 39-47.
7. Погосян В. А. Заявление о миссии как гибридный речевой жанр // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2012. № 133. С. 79-93.
8. Потеряхина И. Н. Жанрообразующие элементы корпоративного сайта // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 37 (328). С. 49-51.
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации М.: Рефл-бук, 2001. 656 с.
10. Сафина Г. М. Формирование миссии как фактор развития организации // Сибирский научный вестник. 2012. № 2 (8). С. 130-134.
11. Храменко Д. С. Тактическая дерегламентация английского делового дискурса в условиях кооперирующего софункционирования прагма-семантических систем коммуникантов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (29). Ч. 1. С. 202-205.
12. Ширяева Т. А. Когнитивная модель делового дискурса: монография. Пятигорск: ПГЛУ, 2006. 256 с.
13. Ширяева Т. А. Основные характеристики текста делового дискурса // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2009. № 3. С. 57-60.
14. Якутин Ю. В. Корпоративная миссия как сущностная характеристика деятельности интегрированных структур // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2007. № 2. С. 70-89.
15. Drucker P. F. Management: Tasks, Responsibilities and Practices. London: Heinemann, 1973. 578 p.
16. http://www.bmwgroup.com/e/0_0_www_bmwgroup_com/unternehmen/unternehmensprofil/strategie/strategie.html (дата обращения: 14.04.2014).
17. <http://www.pfizer.com/about> (дата обращения: 12.04.2014).
18. Miller C. R. Genre as Social Action // Quarterly Journal of Speech. 1984. № 70. P. 151-167.

**ORGANIZATION MISSION AS AN OBJECT OF LINGUISTIC STUDY
(BY THE MATERIAL OF THE ENGLISH LANGUAGE)**

Shiryayeva Tat'yana Aleksandrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Pyatigorsk State Linguistic University
shiryayevat@listl.ru

Denislamova Diana Magomedovna
The Chechen State University
englishcom@pglu.ru

In the article the topicality of the study of linguistic and pragmalinguistic components of organization mission as a special genre of business discourse is explained. The authors focus on the discursive characteristics of the text of organization mission, grounding in detail the study of this linguistic phenomenon as a text aimed at interaction; analyze the ample possibilities of the text of company mission for the expression of both obvious and hidden intentions of business-communicants.

Key words and phrases: business discourse; pragmalinguistics; communicants; organization mission; business discourse genre; pragmatics.

УДК 81'246.2

Филологические науки

В статье рассматривается употребление фразеологических единиц, как одного из способов речевого воздействия на мысли адресата. Обосновывается уместность использования фразеологических единиц, как приёма для достижения цели речевого воздействия. Проводится анализ аргументативного пространства фразеологических единиц, подчеркивается их информативность, образность, экспрессивность. Акцентируется внимание на их иллокутивной и перлокутивной силе.

Ключевые слова и фразы: речевое воздействие; речевой акт; аргументация; экспрессивность; фразеологические единицы; коммуникация.

Щеглова Наталья Владиславовна, к. филол. н.
Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма
karderina1977@mail.ru

**ПРИЕМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОБЕСЕДНИКА
ПОСРЕДСТВОМ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ[©]**

Одной из главных задач речевого акта является воздействие на мысли адресата, когда он интерпретирует высказывания говорящего. Зачастую одним из аргументов, способов речевого воздействия продуцента речи

на слушателя служит использование устойчивой единицы как отсылки к многовековому общенародному опыту. Имея высокий коммуникативно-прагматический потенциал, устойчивые единицы «обладают способностью сигнализировать о ценностном отношении говорящего к познаваемому миру, о его эмоциональном состоянии и производить необходимый для реализации коммуникативного замысла прагматический эффект» [5, с. 6].

Обычно термин «аргументация» отождествляют с доказательством и определяют как логический процесс, в ходе которого истинность какого-то положения выводится из истинности аргументов. В других случаях значение этого понятия расширяется и включает в себя как доказательную, так и недоказательную аргументацию. Аргументация есть не столько доказательство, сколько обоснование.

Теория аргументации, бурно развивающаяся в наше время, неотделима от проблем прагматики и когнитивной лингвистики и понимается как «коммуникативный процесс, служащий обоснованию точки зрения одного человека с целью ее понимания и / или принятия другим человеком» [2, с. 62]. Таким образом, аргументация может принимать форму не только логического доказательства, но и подтверждения, опровержения, объяснения, оправдания, интерпретации и т.д.

Проблеме речевого общения и аргументации посвящено множество публикаций как в нашей стране, так и за рубежом. В своих работах авторы, опираясь на универсальные постулаты речевого общения Грайса и на теорию речевых актов, рассматривают аргументацию с позиций философии и психологии [8], научную аргументацию [13], аргументацию просьб в директивах [6], роль вопросов в качественном аргументировании [2], цитирование как способ аргументации [4], псевдоаргументацию как намеренное «затмение» смысла высказывания и замещение предмета речи, речевую манипуляцию [9].

Аргументация включает такой психологический механизм познания, как мышление. Высказывая свои суждения, ведущий беседу фиксирует внимание собеседников на различных оттенках своей мысли, анализирует и синтезирует информационный материал, тем самым подводя своих оппонентов или собеседников к более глубокому познанию существа рассматриваемого вопроса. Опираясь на мышление, искусно используя логику изложения теоретических и фактических данных, он получает возможность убедить своих оппонентов в верности предложенных выводов, в необходимости принятия конкретного решения.

По мнению В. И. Карабан, теорию аргументации можно считать частью прагмалогии, основной задачей которой является логический анализ коммуникативных и квазикоммуникативных сил (иллокутивной, перлокутивной, дискурсивной, интеракциональной и др.) [6].

Фразеологические единицы (ФЕ) в аргументативной проекции, как отмечает Н. Ю. Фанян, распределяются по трем различным функциональным уровням: 1) имеющие базисную направленность, диспозиционно характеризующие аргументативное пространство; 2) имеющие частный характер, передающие выполнение конкретной аргументативной стратегии; 3) выполняющие функции отдельно взятого аргумента (тезиса) в процессе обоснования [12, с. 39-40].

Исследуя аргументативное пространство ФЕ, Н. Ю. Фанян отмечает, что «фразеологизмы можно рассматривать как вербализацию аргументативного опыта, как запись априорного или апостериорного, реализованного или потенциального «коммуникативного фрагмента»» (КФ – термин Б. М. Гаспарова, прим. автора – Н. Ш.) [Там же, с. 39]. Не вызывает сомнения тот факт, что аргументативная основа является общей, единой для европейских ФЕ, в связи с чем «распределение фразеологизмов по аргументативно направленным функциональным уровням предполагает их сравнительно-сопоставительное описание в целях продуктивного использования в преподавании иностранного языка, развития аргументативной компетенции у учащихся, студентов» [Там же, с. 40].

Для успешной аргументации и завершения диалогического общения существенное значение имеет искусное проявление экспрессии. Она призвана подтвердить убежденность человека в том, о чем он говорит, его заинтересованность в решении рассматриваемых проблем, выразить уважение к собеседникам.

Под *экспрессивной окрашенностью речи* мы понимаем ее способность передавать от отправителя к получателю душевное волнение, переживания, чувства, оказывая тем самым на получателя определенное воздействие.

Кроме лингвистических средств, экспрессивность может быть выражена жестикულიцией. У многих народов жестикულიция передает повышенную эмоциональность, особенно свойственную таким нациям, как греки, французы, армяне, грузины и пр. По жестикულიции можно понять отношение говорящего к действительности, даже не зная языка, на котором он говорит.

Неэкспрессивной речи не существует, поскольку любая речь потенциально способна оказывать определенное воздействие на сознание и поведение, так как именно экспрессивность содействует цели речевого сообщения, обеспечивая воздействие речи на реципиента. Важным приемом, используемым в синтаксисе эмоций и оценок для придания им большей силы и категоричности, является аргументация. Аргументация основана на причинных отношениях. Она усиливает обе функции аффективности в речи: с одной стороны, подчеркивает мотивацию говорящего субъекта, пробуждает аффективный заряд, способный обеспечить активное участие субъекта в действиях, с другой – дает доводы для убеждения собеседника, побуждая его присоединиться к предлагаемой точке зрения [3, с. 653].

Залог успешного завершения диалога есть ориентация на согласие. «Согласие – одна из важнейших форм диалогических отношений» [1, с. 304]. В качестве орудия достижения согласия в диалоге выступает язык. Основная задача диалогического общения – заставить собеседника выслушать и понять то, в чем мы его убеждаем. В ситуации непосредственного общения можно выделить три вида речевого воздействия:

- 1) информирование, когда человек узнает о чем-то новом;

2) убеждение, когда человеку говорят о чем-то так, что он начинает по-другому расценивать факты, известные ему ранее;

3) внушение, когда не сообщается что-либо новое, а лишь соответствующим образом расставляются акценты.

Следовательно, естественно предположить, что всякая речь, имеющая своей целью воздействие, должна быть направлена не только на передачу объективной информации, но и на эмоциональную оценку событий и явлений. Такая оценка образно конкретизирует логические доводы и помогает прийти к желаемому согласию. В. Г. Костомаров и Е. М. Верещагин отмечают двоякий эффект при использовании языковых афоризмов: «Во-первых, благодаря афоризмам мысль говорящего выражается не только значительно точнее, но и более информативно, образно и – самое главное – значительно более эмоционально... Во-вторых, языковые афоризмы употребляются говорящим для подкрепления собственной мысли, для большей убедительности своих слов. Ссылаясь на общенародную мудрость, говорящий примыкает к ней, а – пословица несудима» (всегда верна)» [7, с. 10-11].

Нам представляется, что при употреблении ряда ФЕ, когда передаются только эмоции говорящего (*Πίττα ζῆα θόθταιά* [14, ζ. 429] – *Будь проклят; Καθό σ ὀθν λα''ρεηο* [Ibidem, ζ. 258] – *Чтоб ты сдох* и т.п.), тоже происходит речевое воздействие на реципиента, но отсутствуют перечислявшиеся здесь информирование, убеждение, внушение. По таким высказываниям, особенно бранного характера, реципиент может изменить ранее сложившееся суждение, составить определенное мнение о говорящем, сделать выводы о дальнейшем общении с ним (вплоть до отказа) или же получить представление о том, кому или чему дается такая эмоциональная характеристика. Следовательно, перечисляя виды речевого воздействия с помощью ФЕ нужно принимать во внимание не только иллюкативную, но и перлюкативную их силу, которая порой может вызвать непредсказуемую реакцию в зависимости от индивидуальных свойств психики, состояния, особенностей реагирования каждого конкретного человека. В любом случае такой речевой акт, сводящийся только к выражению эмоций, обычно оказывается воздействующим.

Интересно, что своего рода «нулевая экспрессия», т.е. выражение безразличия, тоже может быть средством воздействия на человека и одновременно отражать и формировать его внутреннее содержание, картину мира, вырабатывать убеждения и форму поведения. Ф. Х. Сытникова утверждает, что фразеология и паремология безразличия могут отражать социальную апатию. Правда, при этом она не конкретизирует, устойчивые единицы какого народа рассматривались и можно ли приводимые в статье выводы отнести ко всем народам или же только к русскому. По мнению Ф. Х. Сытниковой, в устойчивых единицах «покорность судьбе изображается как человеческое достоинство, ибо она представляет собой проявление благочестия человека, стойкости характера. В любом случае следует вести себя ровно, не радуясь счастью, не печальясь при невзгодах. Не следует искушать судьбу: *если фортуна тебе улыбается, бойся гордости, если она отвернулась от тебя – бойся уныния* (Периандр)» [11, с. 135].

Фразеологические единицы, способные воздействовать не только на сознание и психику, но и на подсознание человека, являются средствами регуляции поведения, которые, выкристаллизовываясь веками, могут быть и одним из приемов манипулирования сознанием людей. Особое внимание пословицам и поговоркам, как средству манипулятивного воздействия на подсознание человека, уделяется в практике нейролингвистического программирования (Гриндер, Бендлер и др.). Г. Д. Сидоркова, отмечая, что пословично-поговорочные изречения с функцией успокаивания (подбадривания, утешения) часто строятся по типу рефрейминга – приема, применяемого в технике нейролингвистического программирования, в психотерапии, педагогике, делает вывод о том, что «в паремических средствах языка отражены формулы –народного целительства» в плане решения психологических проблем, по образцу и на основе которых разрабатываются современные психотерапевтические приемы и методики». По мнению ученого, манипулятивное воздействие пословичных изречений обуславливается двумя основными факторами: 1) их авторитетностью и 2) тенденцией к генерализации. Далее приводятся еще два (и тоже основных) фактора, обуславливающих возможность манипулятивного использования пословичных изречений: 1) произвольность, непроверяемость, неопределенность выражаемой сентенции; 2) некорректность переноса по аналогии с образного плана на референциальный [10, с. 211-214]. Представляется, что в этих двух группах отражен диалектический подход: учитываются как положительные стороны пословичных изречений, так и отрицательные.

Важную роль в выявлении того, является ли использование конкретной ФЕ манипулятивным, играют ситуативные условия: кем они произносятся, каков относительный статус собеседников и т.п. Манипулятивное использование имеет место в случаях, когда ФЕ выдвигаются в качестве серьезного аргумента в споре с целью уговорить кого-либо совершить какое-то действие; при некорректном отождествлении референтного и образного планов (для ФЕ с образной мотивировкой); при суггестивном воздействии на реципиента через аллегорический образ.

В греческом языке примером ФЕ, обладающих аргументирующими, воздействующими, манипулятивными функциями, можно считать следующие фразеологические единицы:

Τυ γηλάη βυάδην κάηη [14, ζ. 515]. / *Упрямото до добра не доведет* (довод к очевидному).

Τυ θι άκα βυάδην πζάκα [Ibidem, ζ. 518]. / *Поплачешь, что-нибудь да получишь* (довод к чувствам, страстям).

Τεο Παζαζθεπή η υέηα ηπ Σαββάρηπ θιά κάηα [Ibidem, ζ. 507]. / *Рано пташечка запела, как бы кошечка не съела* (логический аргумент, довод к очевидному; несмотря на внешнюю «мягкость» такого высказывания, в нем имплицированы предупреждение и угроза).

Τυ γυπζίνύληιά ζπε ζέιε η [Ibidem, ζ. 515]. / *Свинья всегда грязь найдет* (довод к чувствам, эстетике, этике; имплицировано осуждение человека нечистоплотного в физическом и моральном планах).

Τὴ ἐλα ζῆν κπ κπζίδειη θαη ην αἶν ζῆν βζσ κάειη [Ibidem, ζ. 516]. / *Одно тебе пахнет, другое воняет* (довод, аналогичный предыдущему; имплицировано осуждение чересчур капризного человека, а также скрытый призыв быть покладистее).

Τὴ μέλν ζῆν ὄρν δέζειε δελ πηάειη [Ibidem, ζ. 526]. / *Чужая рубашка не греет* (довод к чувствам, страстям; имплицировано значение преимущества чего-то собственного перед чужим и предупреждение не зариться на чужое, хотя в определенной ситуации эта же поговорка может служить оправданием нежелания воспринимать что-либо не своё, даже и хорошее).

Необходимо отметить, что такое выделение во многом условно и призвано лишь акцентировать ту или иную сторону ФЕ, поскольку «констатация того, что практически всем паремиям свойственна эмоционально-экспрессивная маркированность, представляется достаточно очевидной. <...> распределение паремических единиц по перечисленным группам не означает, что они могут выступать только в определенной функции. Напротив, их подавляющая часть характеризуется полифункциональностью в том смысле, что в зависимости от контекстуальных условий одна и та же паремия может выступать и как предостережение, и как обличение, и как сетование и т.д.» [10, с. 47-49]. Одним из самых ярких примеров такого типа может быть, следующая ФЕ:

Τὰ ζῆνιὰ γαργιδνπλ, ην θαζαβάλληπεζλάειη [14, ζ. 493]. / *Собака лает, а караван идет*.

На наш взгляд, здесь можно обнаружить все аргументативные доводы: довод к очевидному плюс довод к размышлению плюс довод к чувствам, страстям, этике. Имплицировано значение неважности чего-то мелкого, незначительного по сравнению с большим и нужным делом, осуждается такая причина (или мешающий хорошему делу человек).

Таким образом, говоря о видах речевого воздействия с помощью ФЕ, помимо информирования, убеждения и внушения, нужно учитывать не только иллюкативную, но и перлокутивную их силу, которая вследствие индивидуальных свойств психики, состояния, особенностей реагирования каждого конкретного человека может оказаться непредсказуемой. Экспрессивность связана со стилистической окраской фразеологических единиц. Образ, отраженный в лексическом составе сочетания, влияет на уместность или неуместность употребления рассматриваемых выражений в тех или иных социально значимых условиях речи. Стилистически значимым является сам характер образно мотивирующего основания: его книжность, обычность, сугубо бытовой жанр, иногда выходящий за рамки приличия. Образное содержание ФЕ отражает своего рода ценностные эталоны и стереотипы культурно-национального видения мира.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
2. Берков В. Ф. Аргументация и вопрос // Речевое общение и аргументация. СПб.: Экополис и культура, 1993. Вып. 1. С. 61-68.
3. Гак В. Г. Языковые преобразования. М.: Языки русской культуры, 1998. 768 с.
4. Гусев С. С. Цитирование как способ аргументации // Речевое общение и аргументация. СПб.: Экополис и культура, 1993. Вып. 1. С. 68-76.
5. Добрыднева Е. А. Коммуникативно-прагматическая парадигма русской фразеологии: автореф. дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2000. 42 с.
6. Карабан В. И. Аргументация просьб в комплексных директивах // Речевое общение и аргументация. СПб.: Экополис и культура, 1993. Вып. 1. С. 39-45.
7. Костомаров В. Г., Верещагин Е. М. О русских фразеологизмах в лингвострановедческом учебном словаре // Фелицына В. П., Прохоров Ю. Е. Русские фразеологизмы: лингвострановедческий словарь / под ред. Е. М. Верещагина, В. Г. Костомарова. М.: Русский язык, 1990. С. 3-13.
8. Марков Б. В. Философская антропология: очерки истории и теории. СПб.: Питер, 2008. 352 с.
9. Сентенберг И. В., Карасик В. И. Псевдоаргументация: некоторые виды речевых манипуляций // Речевое общение и аргументация. СПб.: Экополис и культура, 1993. Вып. 1. С. 30-38.
10. Сидоркова Г. Д. Прагматика паремий: поговорки и пословицы как речевые действия: монография. Краснодар: Изд-во КубГУ, 1999. 249 с.
11. Сытникова Ф. Х. Фразеология и паремология безразличия как зеркало социальной апатии // Язык в мире и мир в языке: мат-лы Междунар. науч. конф. Сочи – Карлсруэ – Краснодар, 2001. С. 134-135.
12. Фанян Н. Ю. Аргументативное пространство фразеологизмов // Язык в мире и мир в языке: мат-лы Междунар. науч. конф. Сочи – Карлсруэ – Краснодар, 2001. С. 39-40.
13. Яскевич Я. С. Аргументация в науке. Минск, 1992. 143 с.
14. Νάτσουλης Τ. Λέξεις και θπάζειρ παλοциώδεир. Αθήνα, 1996. 687 ζ.

METHODS FOR INFLUENCING THE INTERLOCUTOR BY PHRASEOLOGICAL UNITS

Shcheglova Natal'ya Vladislavovna, Ph. D. in Philology
Kuban State University of Physical Education, Sport and Tourism
karderina1977@mail.ru

The article examines the usage of phraseological units as one of the methods for verbal influence on the thoughts of the addressee. The author justifies the adequacy of using the phraseological units as a technique for achieving the goal of verbal influence. The researcher makes an analysis of the argumentative space of the phraseological units, emphasizes their information value, figurativeness, expressivity. The special attention is paid to their illocutionary and perlocutionary potential.

Key words and phrases: verbal influence; speech act; argumentation; expressivity; phraseological units; communication.