

Куликова Элла Германовна

**ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОГО ПУБЛИЧНОГО ДИСКУРСА:
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Статья посвящена манипулятивной коммуникации как одной из проблем современного публичного дискурса. Перечисляются некоторые наиболее характерные манипулятивные приемы. Манипуляция может квалифицироваться как нарушение этических норм, таким образом, использование манипулятивных приемов может относиться к проблемам, которые должны решаться в рамках правового поля. Термин "манипуляция" имеет негативную прагматику.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/11-3/32.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 11(53): в 3-х ч. Ч. III. С. 120-122. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/11-3/

© 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: phil@gramota.net

12. Fox K. Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour. London: Hodder and Stoughton Ltd., 2004. 424 p.
13. Goldsmith O. Dumping Billy [Электронный ресурс]. URL: <http://booksee.org/> (дата обращения: 25.08.2015).
14. Goldsmith O. Marrying Mom. N. Y.: Harper Collins Publishers, 2000. 331 p.
15. Heyer G. Bath Tangle [Электронный ресурс]. URL: <http://booksee.org/> (дата обращения: 25.08.2015).
16. Picoult J. Harvesting the Heart [Электронный ресурс]. URL: <http://booksee.org/> (дата обращения: 25.08.2015).

IMPLICIT STRATEGIES TO EVADE AN ANSWER IN THE ENGLISH DIALOGUE EXPRESSED BY THE SHIFT OF A COMMUNICATIVE DOMINANT

Kondrashova (Koz'mina) Vera Nikolaevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Pospelova Aleksandra Georgievna, Doctor in Philology, Professor
Saint Petersburg State University
verkon1917@mail.ru; secondminute@mail.ru

The article examines the implicit technique to evade an answer by the shift of the communicative dominants which is implemented in the manipulations with the meaning on intentionally false interpretation of a statement. The authors discovered the types of semantic shifts, identified the correlations of cognitive and pragmatic meaning of the linguistic units in a remark-stimulus and a remark-response, analyzed the linguistic means and revealed the reasons for which the communicants resort to such manipulations.

Key words and phrases: implicitly evading an answer; interpretation; semantic shift; pragmatic meaning; cognitive meaning; face saving.

УДК 800.732:82-1:882

Филологические науки

Статья посвящена манипулятивной коммуникации как одной из проблем современного публичного дискурса. Перечисляются некоторые наиболее характерные манипулятивные приемы. Манипуляция может квалифицироваться как нарушение этических норм, таким образом, использование манипулятивных приемов может относиться к проблемам, которые должны решаться в рамках правового поля. Термин «манипуляция» имеет негативную прагматику.

Ключевые слова и фразы: манипуляция; правовая норма; дискурс; прагматика; убеждение.

Куликова Элла Германовна, д. филол. н., профессор
Ростовский государственный экономический университет
kulikova_ella21@mail.ru

ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОГО ПУБЛИЧНОГО ДИСКУРСА: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ[©]

Нарушение этических норм, использование манипулятивных приемов относится к проблемам лингвоправового пространства. Уже само значение термина, его внутренняя форма содержат подсказку, что речь идет о паравербальных (не проговариваемых обычно) элементах смысла. С одной стороны, избежать умолчания невозможно; как правило, большая посылка силлогизма не проговаривается. Если все проговаривать в речи, то она может стать нестерпимо многословной. Часто умолчание квалифицируют как «частичную ложь». Но когда умолчание может квалифицироваться именно в качестве манипулятивного приема, и как все-таки определить, события, о которых идет речь, релевантны ли определенной ситуации, а если да, то насколько? Ср. в этом при- мере содержится обвинение в умолчании: «Как “АиФ” сообщили в Минфине (кто из ответственных лиц сообщил?), на деньги этих фондов покупается иностранная валюта и размещается в Банке России» [5, с. 7].

Тоталитарными, а также посттоталитарными режимами в управлении коммуникацией (в широком смысле) активно эксплуатируется такой манипулятивный прием, когда из области внимания исключаются «неудобные» вопросы. Ср. выраженную В. Костиковым критику такой стратегии на телевидении [7]:

Верховный суд Италии недавно разрешил замужним итальянским женщинам врать в суде о своих связях на стороне, дабы сохранить свою честь и честь семьи. Но мы-то чего ради врем друг другу? Такое впечатление, что телевизионная тусовка живет по принципу: «Мы рисуем вам “картину маслом”, а вы – власть – закрываете глаза на криминально-попсовую вакханалию и юмор ниже пояса» [Цит. по: 4, с. 88].

В качестве умолчания можно квалифицировать и то, когда отправитель сообщения употребляет неактуализированные примеры, как то: *и т.д., и т.п., и др., и проч.* Естественно, что манипулятивным этот прием будет только в том случае, когда за такими обозначениями в действительности ничего не стоит, а продуцент речи (в любом виде) изображает ситуацию в качестве типичной, повторяющейся (притом отнюдь необязательно, чтобы у него на самом деле имелись другие примеры).

В такой сфере, как рекламная коммуникация, прием манипулятивного умолчания приводит нередко к нарушению законодательства. Ср. информацию, представленную в рекламе Агентства по ипотечному жилищному кредитованию: *Государственное предприятие «НИКА» предлагает ипотечные кредиты под любое жилье без поручителей под 14% в рублях, на срок от года до 30 лет. «НИКА» – государство заботится о Вас!* [Цит. по: Там же, с. 89].

Эта реклама содержит информацию об условиях ипотечной сделки: 1) без поручителей; 2) в рублях; 3) 14% сроком от одного года до 30 лет. Но рекламное сообщение не содержит некоторых важных сведений, в нем, например, не сказано, что одним из обязательных условий кредитования является страхование жизни, а также страхование в случае потери трудоспособности заемщика и договор на страхование имущества. Выполнение данного обязательства в значительной степени повышает стоимость кредита, а это очень существенная для потребителя информация. И. В. Некрасова пишет об общественной опасности заведомо ложной, вводящей в заблуждение рекламы. Она отмечает, что главным образом такая реклама опасна из-за того, что в ней отсутствует существенная информация о товаре, о способе его применения и приобретения [9, с. 87].

Умолчание в определенных коммуникативных ситуациях может оцениваться в качестве искажения фактов, лжи, противопоставленности истине.

К числу приемов, используемых в манипулятивной коммуникации, относится также прием манипуляции точными числами, который еще нередко называется «софизмом мнимой точности», а попросту это самая настоящая дезинформация. Адресант манипулятивного сообщения использует точные числа. Основывается этот прием на том, что точные числа обычно «пользуются большим доверием» у людей. Таким образом в 1990-е годы ведущий еженедельной телевизионной программы «Итоги» Евгений Киселев аккуратно фиксировал рейтинги популярных в то время политиков (Геннадий Зюганов – 17,64%; Борис Ельцин – 34,78% и др.), указывая до сотых долей процента, сколько получил и сколько потерял тот или иной политик за минувшую неделю. Назывались, кроме того, точные цифры, свидетельствующие о том, сколько информантов участвовало в социологическом опросе, говорилось о том, в каких городах проводился этот опрос, но притом не сообщалось никакой информации о том, какие именно группы населения анкетировались. При использовании софизма «поспешное обобщение» лидер легко мог сделаться аутсайдером, а аутсайдер – соответственно, лидером. Ср. разоблачение приема с количественной манипуляцией, осуществляемое на форуме «любителей русской словесности»:

Ср.: Заголовок: *США сократили военную помощь Израилю на 500 млн долларов*. В первом абзаце: *Израиль недосчитается 500 млн военной помощи США в следующем году: военная помощь увеличится на 100 млн долларов, а не на 600, как надеялись власти Израиля* [10].

К манипулятивным также можно отнести прием подмены понятий. Этот прием может быть легко осуществлен в результате того, что языковым знакам присуще свойство, связанное с отсутствием симметрии означающего и означаемого. Не на чем ином, как на подмене понятий, основанной на отсутствии однозначного соответствия, софисты манипулировали с помощью разных значений одного и того же слова, «доказывая» недоказуемое.

Подмену понятий манипулятор может осуществлять, создавая «квазисинонимическую ситуацию», а именно, располагая в одном ряду слова, имеющие смысловую близость в рамках только конкретного контекста. Так, использование современными СМИ в одном ряду слов *эти все фашисты, националисты, коммунисты* влечет за собой «иррадиацию» (распространение) негативного, отрицательного смысла на те слова, которые прежде имели положительную прагматику, номинация *коммунисты* в подобном контексте «напитывается» негативной окраской квазилогических синонимов. Создание квазисинонимической ситуации влечет за собой «внедрение», распространение в массовом сознании выгодных манипулятору оценок, более того, это еще и способ, позволяющий журналисту уклониться от уголовного наказания за нанесенное оскорбление, потому что квазисинонимы – это все-таки не обцензизмы и не высказанное прямо оскорбительное наименование. Л. А. Брусенская пишет о двух противоположных тенденциях в современной публичной коммуникации: с одной стороны, явное снижение порога нормативности, а с другой – смягчение речи и эвфемизация [3, с. 87]. Использование эвфемизмов также способствует подмене понятий.

Известный в качестве манипулятивного еще в античности прием «квезизия» восходит своим названием к латинскому *quesitio* (расследование), или нечестный вопрос.

Фактически в этом так называемом «нечестном вопросе» не один, а два вопроса, при этом вторая часть вопроса считается корректной только при условии получения положительного ответа на первую часть, таким образом, сформулируется пресуппозиция, которая служит опорной второму вопросу. Ср. типичное начало в рекламе: *Давно ли Вы поняли, что кофе «Чибо» – Ваш любимый напиток?* и др. Отправитель рекламного сообщения (обычно – в телерекламе) «спрашивает», знает ли адресат, какими замечательными свойствами обладает рекламируемый товар и др., таким образом, утверждается, а не доказывается существование всех этих замечательных свойств. Современная массовая коммуникация едва ли может внести какой-нибудь вклад в исследование способов искажения онтологической истины: вполне возможно, что современный манипулятор использует приблизительно те же методы, что и софисты в Древней Греции [6, с. 603].

Навязывание пресуппозиции также относится к числу самых популярных в арсенале манипулятора приемов. Он состоит в подаче важной для говорящего семантической информации не в качестве новой, требующей анализа, основанного на рациональном знании, а как чего-то само собой разумеющегося, известного или в качестве условия осмысления сказанного [1, с. 193]. *Сложно сказать, что заставило чиновников столь высокого ранга закрыть глаза на некоторые нарушения законодательства, допущенные при участии дочернего предприятия ГТК* [4, с. 90]. Здесь внимание фокусируется на идее «Сложно сказать», имеется в виду, что говорящему непонятны причины, почему чиновники «закрывали глаза» «на некоторые нарушения

законодательства», а непосредственно «нарушения законодательства при участии дочернего предприятия ГТК» преподносится как известное, очевидное.

К числу манипулятивных логично относятся оперирование имиджами, стереотипизация, упрощение вместо оперирования логическими конструкциями. В последнее время не только сложились, но и укрепились стереотипные оценки государственной власти в качестве такой силы, которая не может принести что-то хорошее.

Таким образом, границу между честным убеждением и манипулятивными дискурсивными практиками можно назвать границей между аргументативным и скрытым, завуалированным речевым воздействием. К сожалению, список манипулятивных приемов открыт, и многие из них даже не имеют, как правило, собственных названий.

Список литературы

1. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2007. 592 с.
2. Беляева И. В. Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты: монография. Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2009. 372 с.
3. Брусенская Л. А. Криминализация институционального дискурса: проблема жаргонизации современного русского языка // Философия права. 2014. № 3. С. 84-87.
4. Брусенская Л. А., Куликова Э. Г., Беляева И. В. Юридическая риторика: учебник. М.: Норма; НИЦ ИНФРА-М, 2014. 287 с.
5. Как «АиФ» сообщили в Минфине... // Отечественные записки. 2008. № 12.
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2006. 864 с.
7. Костиков В. Социологи фиксируют рост недоверия к телевидению [Электронный ресурс] // Аргументы и Факты. № 26 от 25.06.2008. URL: <http://www.aif.ru/society/4448> (дата обращения: 31.08.2015).
8. Левин Ю. И. Семиотика советских лозунгов // Левин Ю. И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. М.: Языки русской культуры, 1998. С. 595-605.
9. Некрасова И. В. Правовое регулирование рекламы // Адвокат. 2007. № 7. С. 87-97.
10. США сократили военную помощь Израилю на 500 млн долларов [Электронный ресурс] // NEWS ru.com. URL: <http://www.newsru.com/world/08aug2007/help.html> (дата обращения: 25.08.2015).

LINGUO-LEGAL SPACE OF A CONTEMPORARY PUBLIC DISCOURSE: A LINGUO-PRAGMATIC APPROACH

Kulikova Ella Germanovna, Doctor in Philology, Professor
Rostov State University of Economics
kulikova_ella21@mail.ru

The article is devoted to the manipulative communication as one of the problems of a contemporary public discourse. The most typical manipulative techniques are enumerated. The manipulation may be classified as a breach of ethic norms, thus the use of manipulative techniques may refer to problems, which must be solved in the framework of a legal environment. The term “manipulation” has a negative pragmatics.

Key words and phrases: manipulation; legal norm; discourse; pragmatics; belief.

УДК 811.112.2

Филологические науки

В статье ставится задача рассмотреть характерные особенности средств выражения фатической функции в монологическом тексте. Особое внимание автор акцентирует на роли фатумов в образовании новых когнитивных высказываний и в формировании эпичности текста. Такой взгляд будет интересен специалистам в области лингвистики текста, поскольку он расширяет современные представления о природе и действии фатими. Автор приходит к выводу, что систематичное появление фатумов в монологе способствует линейному развитию его повествования.

Ключевые слова и фразы: фатическая функция; фатумы; монологический текст; эпичность повествования; дейкτικότητα; катафора.

Кульнина Елена Александровна, к. филол. н., доцент
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева
kulninae@yandex.ru

СПЕЦИФИКА МАРКЕРОВ ФАТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ ПИСЬМЕННОГО МОНОЛОГИЧЕСКОГО ТЕКСТА[©]

Фатическая функция (ФФ) в современной лингвистике является одной из наименее изученных функций языка. Причина этому – мнение большей части лингвистов о необычайно узком спектре её действия. Однако