

6. КОММУНИКАТИВНОСТЬ И РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

6.1. Принцип коммуникативной целесообразности

Принцип коммуникативной целесообразности выдвинут и обоснован в ряде работ А.А.Леонтьевым, В.Г.Костомаровым, Б.Н.Головиным. Суть его заключается в том, что нормативной, правильной признается единица, в наиболее полной степени удовлетворяющая требованиям общения. И более широко – хорошая речь также определяется принципом коммуникативной целесообразности. Такие качества, формирующие правильную, хорошую речь, получили в научной литературе название коммуникативных качеств речи.

Психологи подразделяют речь (как процесс) на внутреннюю и внешнюю в зависимости от выявленности речевой деятельности вовне. Внешняя речь бывает письменной или устной, монологической или диалогической. Кроме того, она дифференцируется по стилям и жанрам. Речевые жанры чрезвычайно многообразны, поэтому выбор их в данной ситуации общения зависит от множества факторов: учитывается частный или публичный характер общения, положение и взаимоотношения его участников, их цели, уровень владения языком вообще и конкретной его стилевой разновидностью и т.д.

При определении качества речи конкретного носителя языка не следует ограничиваться только степенью соответствия этой речи нормам и законам языковой системы. При восприятии говорения и письма имеют значение также и следующие факторы: техническая сторона речи (для устной – владение речевым аппаратом, дикция, а для письменной – графическая оформленность, почерк, соблюдение норм правописания), формально-содержательная ее сторона (соответствие композиционных форм речи ее содержанию).

Таким образом, реализация основной функции языка общения порождает речь. Её коммуникативная направленность предполагает, что хорошей речью может быть признана такая, которая в наибольшей степени удовлетворяет данной потребности, способствует формированию, выражению и восприятию информации.

Специфичность устной формы книжной речи в том, что в её основе часто лежит письменная форма (развернутый текст, конспект, тезисы, план). Это определяет то, что ряд особенностей устной разговорной речи не характерен для устной формы речи книжных стилей.

Использование письменной формы речи позволяет пишущему обдумывать свою речь, строить её постепенно, исправляя и дополняя, что способствует в конечном итоге применению и выработке более сложных синтаксических конструкций, чем это свойственно устной речи, возникновению других ее особенностей и приводит к расхождению этих двух форм речи.

С другой стороны, речь представляет собой единый феномен реализации, употребления языка, который может проявляться в двух противопоставленных и одновременно взаимообусловленных и связанных формах: письменной и устной.

Иногда в силу неустойчивости и неопределенности терминологии происходит смешение понятий «разговорная речь» и «устная речь». Здесь важно заметить, что устная речь педагога далеко не всегда является разговорной.

В теории языка существует специальный термин «устная публичная речь», подчёркивая тем самым отличие устной по форме разговорной речи от речи публичной. Хотя устная публичная речь может принимать некоторые черты разговорности (по признакам: подготовленность – неподготовленность; непосредственность общения; связь с ситуацией), однако в основе устной публичной речи – кодифицированный литературный язык.

Выделяются следующие языковые особенности устной публичной речи:

- наличие звукового канала связи, а в соответствии с этим – большая роль интонации, произносительной стороны речи;
- базирование на нормах кодифицированного литературного языка (полный стиль произношения, нейтральная и книжная лексика, не разговорный характер синтаксиса);
- рассчитанность устной речи на контакт со слушателями, а значит, известная её ситуативность, значительная роль внеязыковых средств общения: жестов, мимики.

Отбор языковых средств, как и в письменной форме, в устной речи является не результатом «устности», а происходит под влиянием ситуации общения, содержания речи. Не существует каких-то особых норм устной речи, кроме общих закономерностей функциональных стилей и требований основных коммуникативных качеств речи.

Специфика устной речи связана с ее звуковым оформлением, поэтому существенным элементом в культуре устной речи выступает техническая сторона (дыхание, голос, дикция) так же как для письменной речи весьма важно графическое и орфографическое оформление. В устной речи наряду с языковыми используются невербальные средства общения (жесты, мимика, интонация, взгляд и др.).

Результативность публичной речи обеспечивается целым рядом факторов разного плана.

Поскольку публичная речь, как и всякая другая, реализуется в процессе общения, то её составляющим элементом являются психологические факторы, а именно: настроенность говорящего на речь, на общение со слушателями, умение установить контакт с аудиторией, готовность слушателей воспринимать речь.

Следующая группа факторов, характеризующих качество публичной речи, может быть определена как информационная: умение находить источники информации, получать и отбирать её в соответствии с целями речи.

Третья группа факторов – речевая культура, которая подразумевает знание норм литературного языка, закономерностей функциональных стилей, соблюдение основных коммуникативных качеств речи; владение речевым аппаратом и выразительностью устной речи; умение построить высказывание на основе собранной информации в соответствии с целями и условиями общения.

6.2. Приёмы речевого воздействия

Приёмы речевого воздействия в последнее время вызывают большой интерес и у специалистов, и у неспециалистов. Тот факт, что предметом теории речевого воздействия сейчас стали прежде всего ситуации, в которых объект воздействия не осознаёт, что является таковым, обусловил большую популярность такой категории, как языковое манипулирование. В общем случае она описывает именно такую ситуацию, и неспроста в этом термине используется определение «языковое», явно указывающее на узкое понимание, однако термин «манипулирование» обладает одним интересным свойством: он сам по себе манипулятивен. Прототипическая ситуация манипуляции предполагает, что манипулируемый не просто не осознаёт воздействия, но к тому же действует в его результате во вред себе (а манипулятор преследует преимущественно неблагоприятные цели). Такое развитие значения понятно и оправданно: коли я не ведаю, что творю, то мною могут воспользоваться в целях, вовсе не соответствующих моим собственным. Однако если термин «манипулирование» начинает употребляться как родовый, то навязываемая им неявная оценка приводит к заведомо негативной интерпретации таких ситуаций, которые, быть может, её не требуют или не заслуживают. Называя кого-то умелым манипулятором, вы не только делаете утверждение об эффективности речевого воздействия, осуществляемого этим лицом, но и негативно и при этом неявно оцениваете его: словоупотребление, ничем не лучшее, чем хрестоматийные примеры смысловых пар типа *шпион/разведчик* или *опаздывать/задерживаться*, основное различие между которыми является оценочным.

Подобно тому, как у защитного барьера сознания имеется предел прочности и всякие слабые места, инструменты речевого и, шире, семиотического воздействия могут обладать большей или меньшей эффективностью. Исход воздействия определяется по возможности более точным знанием, во-первых, об устройстве «оборонительных рубежей», ограничивающих возможности воздействия на личность, а во-вторых – знанием семиотических средств преодоления защитных барьеров и умением ими пользоваться. В случае речевого воздействия семиотические средства детализируются как особенности устройства и функционирования языка.

Задача речевого воздействия – изменить поведение или мнение собеседника или собеседников в необходимом говорящему направлении. Существуют следующие основные способы речевого воздействия на другого человека.

1. *Доказывание*. Доказывать – значит приводить аргументы, подтверждающие правильность какого-либо тезиса. При доказывании аргументы приводятся в системе, продуманно, в соответствии с законами логики. Доказывание – это логический путь речевого воздействия, обращение к логике мышления человека. Доказываем мы так: “Во-первых, во-вторых, в третьих ...”. Доказывание хорошо действует на человека с логическим мышлением (есть данные, что таких людей всего 2%), но логика действует эффективно не на всех (далеко не все мыслят логически) и не всегда (во многих условиях эмоция полностью подавляет логику).

2. *Убеждение*. Убеждать – значит вселять в собеседника уверенность, что истина доказана, что тезис установлен. В убеждении используется и логика, и обязательно – эмоция, эмоциональное давление. Убеждаем мы примерно так: “Во-первых ... Во-вторых ... Поверь, так оно и есть! Это действительно так! И другие так думают. Я это точно знаю! Ну почему ты не веришь? Поверь мне, это действительно так...” и т.д. Убеждая, мы стараемся фактически навязать свою точку зрения собеседнику.

3. *Уговаривание*. Уговаривать – это преимущественно эмоционально побуждение собеседника отказать от его точки зрения и принять нашу – просто так, потому что нам этого очень хочется. Уговаривание всегда осуществляется очень эмоционально, интенсивно, используются личные мотивы, оно основано обычно на многократном повторе просьбы или предложения: “Ну пожалуйста ... ну сделай это для меня ... ну что тебе стоит ... я буду очень тебе благодарен ... я тебе тоже сделаю такое одолжение, если ты попросишь когда-нибудь ... ну что тебе стоит ... ну пожалуйста ... ну очень прошу ...”. Уговаривание эффективно в ситуации эмоционального возбуждения, когда собе-

седник в равной степени может выполнить просьбу, а может и не выполнить. В серьёзных вопросах уговаривание обычно не помогает.

4. *Клянченье*. Клянчить – это значит высоко эмоционально просить, используя простой многократный повтор просьбы. Клянчит ребенок у мамы: “Ну купи ... ну купи ... ну купи ... ну пожалуйста ... ну купи....”.

5. *Внушение*. Внушать – значит побуждать собеседника просто поверить вам, принять на веру то, что вы ему говорите – без обдумывания, без критического осмысления. Внушение основано на сильном психологическом, эмоциональном давлении, часто – на авторитете собеседника. Сильные, волевые, авторитетные личности, “харизматические типы” (вроде Гитлера) могли внушить людям практически всё что угодно. Очень внушаемы дети по отношению к взрослым, часто внушаемы молодые девушки, женщины по отношению к грубым и решительным мужчинам.

6. *Приказ*. Приказать – это значит побудить человека выполнить что-либо в силу его зависимо-го должностного, социального и т.д. положения относительно говорящего без какого-либо объяснения необходимости. Приказ эффективен в отношении подчиненных, младших, нижестоящих в социальной иерархии, но неэффективен в отношении равных или вышестоящих. Приказ психологически трудно воспринимается большинством людей.

7. *Просьба*. Просить – это значит побуждать собеседника сделать что-либо в интересах говорящего, руководствуясь просто хорошим отношением к говорящему, откликаясь на его потребность. Эффективность просьбы несравненно выше, чем приказа, но существуют многочисленные коммуникативные барьеры, ограничивающие применимость просьбы в связи со статусом адресата, характером просьбы, ее объемом, нравственным статусом просьбы и мн. др. Кроме того, на просьбу существует много возможностей отказа.

8. *Принуждение*. Принудить – значит заставить человека сделать что-либо против его воли. Принуждение основывается обычно на грубом нажиме либо прямо на демонстрации грубой силы, угрозах: “Кошелёк или жизнь”.

Какие же из этих способов речевого воздействия являются цивилизованными? Специалисты называют первые семь. Речевое воздействие как наука об эффективном и цивилизованном общении учит нас обходиться без принуждения. Остальные способы могут быть применены, если для этого будет соответствующая коммуникативная ситуация.

Отдельно можно сказать о воздействии *НЛП (нейролингвистического программирования)*. Сила НЛП-техники заключается в использовании глубинных составляющих нашей психики, воздействие на адресата происходит как на сознательном, так и на подсознательном уровне.

Первое, что бросается в глаза при использовании психотехник НЛП, это оперирование столь глубокими структурами психики человека, на которых практически исключён сознательный контроль и сопротивление создаваемым изменениям. Необходимая коррекция происходит непосредственно в подсознании и подлежит к естественному исполнению. Отсюда очень высокая эффективность и скорость оказываемой помощи. К примеру, в традиционных школах считается, что осознание клиентом своей проблемы, как и путь к её разрешению должен проходить сознательно, несмотря на временные затраты и желание клиента.

Второе – это отсутствие достаточного содержания в используемых методах. Клиент НЛП-специалиста может, в принципе, не рассказывать о деталях своей проблемы, и, тем не менее, получит желаемый результат. Звучит несколько загадочно, но это действительно так.

В-третьих, сама парадигма НЛП достаточна оригинальна. Она предполагает, что человек должен постоянно учиться новым способам поведения, а проблемы у него возникают только тогда, когда у него нет соответствующей модели поведения для преодоления какой-либо ситуации.

Использование возможностей НЛП позволяет значительно усилить эффект рекламы за счёт улучшения качества воздействия. Для этого используются подсознательные установки восприятия информации потенциальных потребителей. Упор делается на психические особенности потребителя, его интересы и нравы. Ведь знание того, почему человек соглашается с одним и отказывается от другого, помогает рекламировать товар максимально эффективно.

Исследования показывают, что использование приёмов НЛП для манипуляции человеческим сознанием в корыстных целях приводит к постепенному внутреннему опустошению манипулятора и разрушению его психики. Дело в том, что НЛП оперирует самыми глубокими, не поддающимися сознательному контролю процессами психики. А для того, чтобы привить какую-то модель мысли собеседнику, т.е. привить свою волю, вы сначала строите эту модель в своей голове и невольно прививаете её сначала себе и лишь потом отправляете по адресу.

Накопление и со временем проявление таких деструктивных “команд” создаёт перекос в психике манипулятора. Поэтому в этом направлении психологии, как нигде, важен девиз: желай другому только то, что хочешь самому себе. Чем глубже воздействие, тем аккуратней и гармоничней оно должно быть. И это, в первую очередь, важнее для здоровья психолога, чем для клиента.

Специалисты считают, что НЛП может использоваться для формирования Человека будущего, человека, который будет иметь положительные нравственные качества и будет способен сам формировать свои наклонности и черты характера.

Таким образом, коммуникативность порождает речевое воздействие, а речевое воздействие – это технология адекватного способа воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, технология сочетания различных способов воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения, моделируемой с целью достижения наибольшего эффекта.

6.3. Условия речевого воздействия

К условиям, обеспечивающим эффективность речевого воздействия, обычно относят следующие:

Психологические. Человеческое сознание во многом уязвимо для внешнего воздействия: слабых мест в защитном барьере имеется немало. Сознание инерционно, и поэтому можно потрафить ожиданиям собеседника или сообщить ему в массе известного что-то такое, с чем он мог бы и не согласиться, если бы отделил это новое от известного. Сознание склонно к упрощениям и не любит противоречий, а потому охотно поддается на стройный и красивый обман. Оно склонно преувеличивать роль человеческих намерений и действий и недооценивать объективные факторы и случайности, особенно при оценке тех деятелей, которым человек себя противопоставляет (отношение к себе подвержено обратному искажению – это известная из социальной психологии «фундаментальная ошибка атрибуции») и т.д.

Когнитивные. У человека имеется определенная модель мира, особенности устройства которой могут использоваться манипулятором. Например, рекламные кампании могут строиться на эксплуатации образа товара, услуги и т.п. или же на сознательном его сломе; в любом случае образ учитывается. Примером здесь могут послужить рекламные кампании туров в Испанию (*Bravo, España*) и в Турцию (*Ритм жизни ощути в Турции*) соответственно.

Логические. Понимание языковых высказываний связано с осуществлением логических выводов, которые могут быть специально направлены в ошибочное русло. Например, хорошо известны многие пророчества Дельфийского оракула, подталкивавшие, по преданию, к ошибочным выводам. Например, в стихотворении К.Кавафи-са «Срок Нерона» рассказано, как оракул посоветовал 30-летнему Нерону «страшиться семидесяти трёх годов». Обрадованный Нерон продолжил свои сумасбродства, а меж тем на окраине империи, в Испании, 73-летний Гальба в глубокой тайне собирал войско, всего лишь через несколько месяцев вынудившее Нерона бежать из Рима и покончить с собой.

Социологические. По некоторым данным, около 85% людей – конформисты (причём эта цифра является константой социальной вселенной, определяющей устойчивость человеческих сообществ; свыше 15% конфликтных людей способны взорвать общество, а при меньшем их числе наступает застой, делающий его уязвимым для внешних угроз) и в силу этого просто склонны поддаваться манипулированию.

Коммуникационно-семиотические. Чтобы общение происходило достаточно гладко и не превращалось в борьбу и спор о способах описания действительности, на эти различия – в том случае, если они представляются несущественными для целей общения – приходится закрывать глаза, как это готов был сделать капитан Врунгель из повести А.Некрасова, когда его яхту «Беда» в песне называли корветом. (*Вот только насчет корвета он, конечно, несколько преувеличил. Какой там корвет!.. А впрочем, это своего рода украшение речи. В песне это допускается. В рапорте, в рейсовом донесении, в грузовом акте, конечно, такая неточность неуместна, а в песне – почему же? Хоть дредноутом назови, только солиднее звучать будет.*). Различия между языковыми формами значимы тогда, когда это важно для участников диалога, и незначимы (вариативны), когда участники диалога склонны этими различиями пренебрегать. Практически любое имеющееся в языке формальное различие может быть сделано значимым, – и одновременно, в определённых условиях, могут игнорироваться (рассматриваться как варианты описания одной и той же действительности) даже очень значительные различия, скажем, между значениями существительных *яхта* и *дредноут*.

Структурно-семиотические. Любая семиотическая система не просто обозначает действительность – она интерпретирует её, предлагает какое-то своё специфическое её видение, причём одна и та же ситуация действительности может быть проинтерпретирована по-разному, и говорящий всегда, даже не желая этого, в какой-то степени навязывает слушающему некоторую её трактовку. В той мере, в какой используемой семиотической системой является естественный язык, структурно-семиотические предпосылки речевого воздействия трансформируются в лингвистические.

Какие языковые инструменты используются для целей речевого воздействия?

С одной стороны, для целей речевого воздействия могут быть утилизированы почти любые стороны языковой структуры. С другой, – инструмент речевого воздействия в некотором смысле существует только один – это использование значимого варьирования языковых структур, при котором различия между ними, иногда очень тонкие, а иногда и весьма значительные, игнорируются адресатом сообщения в рамках «коммуникативного компромисса», и в результате ему навязыва-

ется одна из нескольких возможных интерпретаций окружающей действительности. В идеале – с точки зрения целей речевого воздействия – угодная говорящему.

Выбор (конструирование) формальной оболочки текста. Из практики поэзии хорошо известен воздействующий потенциал отдельных звуков человеческой речи – так называемая фоносемантика, образуемая ассоциативной составляющей звуков и передающих их букв. Эти непосредственные связи между звуком и смыслом весьма смутны, с трудом поддаются прояснению и могут опровергаться множеством примеров, но они ощущаются, передаются и по крайней мере отчасти обладают общезначимостью – таковы звукоизобразительные ассоциации («рокот Р», «плавность и тягучесть Л», «нудность Н», «пронзительность И», «мрачность У» и т.д.). Поэтами (А.Рембо, В.Хлебниковым, П.Нерудой) неоднократно предпринимались попытки раскрыть и другие ассоциации звуков.

Сейчас исследователи констатируют квазимузыкальное воздействие повторяющихся букв (на письме) и звуковых комплексов, используемое в изящной словесности (это называется аллитерацией; ср. у Маяковского: *ТеНью вытемНие весеННий деНь*. – *ВыкЛееН правитеЛьствеННый бюЛЛетеНь* или его же *Где оН, брОНЗы ЗвОН или ГРАНита ГРАНь*; или известную шутивную формулу готического романа *Убийства и Ужасы в Угрюмой Усадьбе*), в коммерческой рекламе (слоганы *ВелЛла – Вы веЛикоЛепны*; ЧИСТОТА – ЧИСТО ТАЙд; выделены повторяющиеся звуковые комплексы), а также в народной психотерапии (заговоры и т.п.).

Использование ритмизированных и рифмованных текстов (рифма и ритм – явления однопорядковые, и сами эти термины восходят к одному и тому же греческому слову). Механизм их воздействия примерно такой же, как и в случае аллитерации, но ритм (особенно стихотворный размер и особенно в силлабо-тонической системе стихосложения, характерной для русской поэзии) воспринимается гораздо более сознательно, чем аллитерация, а уж не осознать наличие рифмы вообще трудно, о чём свидетельствуют эксперименты по предъявлению рифмованного и написанного стихотворным размером текста в записи без деления на строки и строфы (через несколько строк он начинается читаться как стихотворный). Ритмизированные и рифмованные тексты активным образом используются во всех видах рекламы, в том числе политической (*Чтобы не пришла беда, голосуй да – да – нет – да* и т.п.).

Выбор (конструирование) слов и выражений. Наиболее распространённым и лучше всего освоенным языковым инструментом, который используется для целей речевого воздействия, конечно, является выбор слов и эквивалентных им сочетаний, в частности, фразеологизмов. В силу разнообразия лексической семантики выбор слов оказывается универсальным инструментом, с помощью которого осуществляются самые разные виды воздействия. В значении многих слов имеется эмоциональная составляющая, и посредством выбора таких слов можно оказывать сильное эмоциональное воздействие (особенно если оно дополняется другими средствами). Например, обрушивая на читателя непрерывный поток упоминаний о предательстве, мародерстве, идеологическом навозе, разрушительной волне, неудержимом падении, подлых идеях, кошмарной интервенции, страшном нашествии, лженаучных теориях, человеконенавистнических учениях, варварском нашествии, вонючем омуте и т.д., человека вполне можно возбудить, обозлить, запугать и таким образом модифицировать его поведение.

Стилистически нейтральные слова могут иметь оценочную составляющую и различного рода коннотации и ассоциации, учет которых способствует, а неучёт – препятствует целям речевого воздействия. Так, после полутора десятилетий интенсивного обсуждения негативных сторон революционного общественного развития слово *революция* применительно к каким бы то ни было сторонам общественного развития как минимум утратило позитивную оценочную коннотацию и позитивные ассоциации. Существуют слова, в которых оценочная составляющая заслоняет в повседневном употреблении их значение, – это собственно ругательства, к числу которых относятся и такие выражения, как, скажем, *фашист* или *экстремист*.

Практически в каждом слове зафиксирован некоторый фрагмент модели мира, а модели могут быть очень разнообразными. Слова могут фиксировать в своем содержании различные точки зрения (*победа* и *поражение* – это описания одной и той же ситуации, рассматриваемой с разных позиций, и одно и то же событие можно назвать *победой «Спартака»* и *поражением «Локомотива»*), асимметрии в позициях участников ситуации (*рапортует* начальник подчиненному, а *консультирует* по какому-то вопросу более компетентный в этом вопросе менее компетентного и т.д.), различный логический статус элементов содержания (*обвиняя*, приписывают некоторый проступок, который предполагается предсудительным, а *осуждая*, наоборот, предполагают некоторый проступок совершенноным и заявляют о его предсудительности – пример Ю.Д.Апресяна), различную сравнительную значимость смысловых компонентов (в слове *управленец* на первый план выходит представление о процессе управления, а в слове *хозяйственник* – об объекте управления и его результатах; отсюда различие в их сочетаемости – *крепкий хозяйственник*, но *крепкий управленец* – и хоть и слабо выраженное, но различие в оценочной семантике: *хороший хозяйственник* звучит предпочтительнее, чем *хороший управленец*).

Важную роль в установлении отношений «свой - чужой» с аудиторией играет *использование жаргона*, а также точный выбор обращения (кому-то приятно считаться господами, кому-то – товарищами, а кому-то – земляками, коллегами, соотечественниками, братвой, мужиками и т.д.) и надлежащее использование местоимения *мы*. В частности, пользуясь тем или иным жаргоном (например, говоря о *соборности, мировой закулисе, временном оккупационном режиме, отечественном товаропроизводителе, номенклатурном реванше, белопридурках* или обещая *мочить террористов в сортире*), говорящий обозначает себя как принадлежащего к той же группе, что и другие носители данного жаргона; или выказывает некое специфическое уважение к данной группе, ее ценностям, методам и так далее; или, по крайней мере, сообщает о своей осведомленности о наличии такой группы.

Эвфемизмы. С помощью *выбора слов* осуществляется воздействие и на образ действительности. Чаще всего приходится встречаться с уже упоминавшимися эвфемизмами – словами, представляющими действительность в более благоприятном свете, чем она могла бы быть представлена. Эвфемизмы часто имеют позитивную эмоциональную окраску, оказывая тем самым и эмоциональное воздействие. Языковые механизмы, стоящие за эвфемизмами, различны. Например, называя гражданскую войну *событиями*, говорящий использует излишне абстрактное описание ситуации, при котором многое (реально самое важное) оказывается невысказанным, однако и называя ее *крупномасштабными столкновениями вооруженных группировок в борьбе за власть*, он тоже манипулирует образом действительности, ибо такое описание (словарное определение гражданской войны) разрушает единый образ ситуации – иначе говоря, за деревьями исчезает лес. Называя нечто *трагедией*, а не *преступлением*, говорящий тем самым делает неуместным разговор об ответственности, ибо у преступления виновник есть, а у трагедии его нет.

Для воздействия на структуру ценностей могут использоваться *словосочетания, обеспечивающие модификацию привычных категорий*, – так в своё время в русском языке советского периода появились на свет *абстрактный гуманизм* в противоположность *пролетарскому, пролетарский же интернационализм, реальный социализм, интернациональная помощь* и другие подобные выражения. Аналогичные примеры для политического языка США 1990-х годов – *неприкрытая агрессия* "агрессия против стран, поддерживаемых США", *просчитанный риск* "риск, не могущий быть просчитанным", *демократическое сопротивление* "сопротивление режимам, негодным США" (определения принадлежат Э.Херману). Существительное в таких выражениях обозначает недоопределенную ценность, которая для всех желанна, но всеми понимается по-разному, а с помощью определения фиксируется некоторое специальное ее понимание, часто резко противопоставленное стандартному и при этом не выводимое из значения определения по стандартным правилам. Определение в таких выражениях обычно бывает эмоционально окрашено и ссылается на другую ценность.

Выбор синтаксических конструкций. Достаточно широкий выбор средств речевого воздействия предоставляется синтаксисом. Выбор синтаксической конструкции способен, в частности, менять точку зрения, включать или не включать в фокус внимания тех или иных участников ситуации и тем самым достигать того же эвфемистического эффекта – или, напротив, избегать его.

Хорошо известный и описанный прием речевого воздействия – это использование пассивного залога вместо активного и так называемая номинализация, т.е. перевод словосочетания с глаголом в отглагольное существительное (*захвачены заложники, захват заложников*): при использовании пассивного залога информация о реальном производителе действия может не упоминаться без того, чтобы возникло ощущение неполноты сказанного; на первый план выходит само событие, а ответственность за него вроде бы никто и не несет.

Особая усложненность синтаксиса может быть средством сознательного сужения числа адресатов, к которым адресован текст, т.е. служить средством разделения на «своих» и «чужих». Для целей речевого воздействия может использоваться упорядочение элементов в конструкциях с сочинительными союзами. Порядок их следования обычно является неслучайным, и, помещая какой-то элемент на первое место, говорящий способен, помимо прочего, устанавливать отношения «свой/чужой» (например, о *матче между «Спартак» и «Локомотивом»* будет говорить болельщик «Спартака» и приглашать слушающего к солидарности с собой и со «Спартак», а о *французско-российской встрече на высшем уровне* – явно только француз), а также устанавливать иерархические отношения в образе действительности (воздействовать на иерархии ценностей такими средствами едва ли перспективно).

Выбор макроструктур. Макроструктуры – это такие средства организации языковых текстов, которые выходят за пределы предложения. Существуют макроструктуры, имеющие четко выраженные соответствия в поверхностной форме текста, и такие макроструктуры, которые организуют его содержательную сторону при том, что форма их выражения может быть весьма разнообразной. К числу первых относятся диалогические макроструктуры, некоторые из «фигур речи», традиционно изучаемых в риторике, например параллелизм, а также некоторые другие макроструктуры – например, списки. Ко вторым относятся так называемые нарративные структуры, в соответствии с которыми строятся рассказы о каких-то событиях (экспозиция – завязка/возникновение проблемы

– поиск пути решения проблемы и т.д.); различные эмоциональные структуры, представляющие собой стратегии построения текста в соответствии с моделями, фиксирующими эмоционально значимые последовательности состояний или событий (успех, неудача, упорство и т.п.); риторические структуры типа используемых в аргументации; каузальные (причинно-следственные) и ряд других структур. Все они обладают потенциалом речевого воздействия. Например, в выступлении Г.А.Явлинского на VII съезде «Яблока» налицо использование таких хорошо известных эмоциональных макроструктур, как «Отравленная победа» (с её помощью описывается история советского периода), «Замена Дракона бургомистром» (как в сказке Е.Шварца; используется для описания постсоветской истории) и «Скрытое блаженство» (предъявление надежды на возрождение России). Распространенными приемами в политических текстах являются диалогизация и использование вопросно-ответных структур; декларации намерений почти неизбежно оформляются в виде списков и так далее.

Когнитивные операции. Составными частями модели мира являются метафоры, примеры и аналогии. Все они участвуют в осуществлении когнитивных операций, предполагающих соотнесение различных понятийных сфер и различных миров. Речевое воздействие инициирует эти когнитивные операции, и они часто рассматриваются (не совсем корректно) как принадлежность текста, а не модели мира, и как средство речевого воздействия. Точнее следует говорить о речевых средствах запуска когнитивных операций метафорического переноса, экземплификации и построения аналогии. Помимо метафор, примеров и аналогий, опирающихся на некоторый «запас» знаний, важную роль в общении играют также операции несколько иного типа – метонимический перенос (использование выражений типа *Грозный* для обозначения чеченского режима 1990-х годов и сопутствующие такому употреблению понятийные операции) и установление отношений между предъявляемым текстом и некоторыми другими текстами (интертекстуальных отношений; будучи предусмотренными, они выполняют роль своего рода гипертекстовых ссылок, мобилизуя для воздействия на адресата воздействующий потенциал порою многих десятков других текстов, фильмов, музыкальных произведений и т.д.).

Логические операции: неоднозначность и имплицитная информация. Выражения естественного языка очень часто бывают неоднозначными, причём причины этого разнообразны – наличие у слов многих значений, неоднозначность синтаксических конструкций (классический пример – три значения конструкции с родительным падежом *статуя Фидия*: "принадлежащая Фидию", "изваянная Фидием" или "изображающая Фидия"), неясность того, к чему относятся слова или местоимения («*Харриер*» настолько близко подлетел к аргентинскому самолету, что только мужество и хладнокровие пилота [которого из двух?] предотвратили катастрофу), возможность извлечения различных и порой несовместимых логических выводов. Все эти источники неоднозначности могут использоваться для «приглашения» слушающего ко вполне определенному, выгодному для говорящего пониманию, ответственность за которое говорящий в случае чего может отрицать.

Как видим, среди условий эффективного речевого воздействия специалисты называют и психологические (психолингвистические), и лингводидактические, и чисто языковые (лингвистические и экстралингвистические).