

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ УБЕЖДЕНИЯ В ПОСЛОВИЧНОМ ДИСКУРСЕ

М.А. Кулькова

Институт экономики, управления и права (г. Казань)

В рамках современной когнитивно-дискурсивной лингвистической парадигмы, методологические основы которой были заложены Е.С. Кубряковой, пристальное внимание ученых направлено на изучение когнитивных механизмов порождения и восприятия высказывания. Акцентуация особого исследовательского внимания отмечается в области изучения речевых стратегий и тактик коммуникантов в различных видах дискурса: политическом, рекламном, публицистическом, диалогическом, аргументационном и т.д.¹ В частности, анализу политического дискурса и изучению используемых в политической коммуникации стратегий и тактик посвящены многочисленные работы А.П. Чудинова (см., например, [14], [15] и другие его работы), представляющие замечательный образец проведения лингвокогнитивного исследования политической речи.

Целью настоящей статьи является исследование реализации коммуникативных стратегий и тактик убеждения в аргументационных текстах пословичного дискурса.

Под аргументацией принято понимать речевое действие, включающее систему утверждений, воздействующих на взгляды и поведение человека, которому они адресованы [1: 17], [5: 7]. В качестве главенствующей цели аргументатора рассматривается стремление убедить реципиента в истинности и целесообразности принятия сделанного им утверждения именно в той модальности, в какой его принимает сам аргументатор, что в конечном итоге должно побудить адресата к совершению какого-либо конкретного действия или способствовать предотвращению такого рода действия [1: 20, 141]. По мнению А.П. Алексеева, в таких случаях аргументация может быть приравнена к физическим способам воздействия [1: 20], что свидетельствует в пользу перформативного характера выдвигаемых тезисов в аргументационных текстах. В частности, в аргументационных текстах пословиц в качестве тезисов выступают, как правило, наказания и запреты, представляющие высказывания со скрытой перформативностью.

Широко используемое во многих отраслях жизнедеятельности человека (военное дело, психология, и, наконец, лингвистика), понятие стратегии в основе своей базируется на идеях планирования действия, прогноза возможных ситуаций и поведения людей, обусловливаемого направлением течения событий. «Все виды стратегий объединяются тем,

¹ Подробный анализ исследований дискурса см. в [7: 250-251].

что они представляют своего рода гипотезы относительно будущей ситуации и обладают большей или меньшей степенью вероятности» [6: 55]. Применительно к когнитивному анализу обработки паремиологического дискурса под *коммуникативной стратегией* мы понимаем некую инструкцию в отношении вербального и невербального поведения отправителя информации (продуцента) в рамках решения основной коммуникативной задачи – убедить (прямо или косвенно) получателя информации (реципиента) в необходимости выполнения / невыполнения какого-либо действия с учетом конкретной ситуации действительности.

На вербальном уровне стратегии убеждения потенциального собеседника находят свое проявление в аргументационных текстах, в которых на основе общности логической структуры принято выделять тезис, или аргументируемое положение, и основания, или аргументы.

Как утверждает В.С. Григорьева, «логическая структура «убеждающих» текстов в основном предопределена тем, что убеждение в сущности является особым информационным процессом, состоящим в передаче соответствующих сведений. Стержнем текстов такого содержания является, главным образом, информация о фактах или их интерпретация, являющаяся, следовательно, информацией о других фактах, прямо или косвенно связанных с данным известием» [3: 137]. Таким образом, конечной целью аргументированного речевого акта (РА) является достижение перлокутивного эффекта – оказания воздействия на реципиента. Как отмечает Е.С. Кубрякова, «стратегии говорящего заключаются в выборе надлежащей формы для передачи задуманного значения, стратегии слушающего – в выборе из возможных для данной языковой формы надлежащего значения» [10: 35].

Существенную роль в создании положительного перлокутивного эффекта играет когнитивный компонент традиционности в системе человеческих представлений, ставящий традиционное выше разумного. Согласно А.А. Ивину, «традиции имеют отчетливо выраженный двойственный, описательно-оценочный характер. С одной стороны, они аккумулируют предшествующий опыт успешной деятельности и оказываются своеобразным его выражением, а с другой – представляют собой проект и предписание будущего поведения» [5: 108-109].

В исследуемом пословичном дискурсе инициатором ликвидации дефицита эпистемической информации выступает, как правило, продуцент, использующий разнообразнейший арсенал тактик в реализации стратегий убеждения реципиента прямым и косвенным способом. К прямым способам убеждения мы относим объяснение, представление положительных результатов действий, представление последствий обратных действий. Так, благодаря объяснению происходит компенсирование недостающих знаний у реципиента, посредством

представления положительных результатов действия происходит знакомство реципиента с процессом детерминации одного явления (действия) другим, представление негативных последствий обратных действий в качестве контраргумента также стимулирует когнитивную деятельность реципиента и способствует признанию правоты отправителя информации. В качестве косвенного способа убеждения выступает тактика намека, позволяющая привлечь внимание реципиента к теме сообщения без особого принуждения и предложить один из возможных способов видения той или иной жизненной ситуации.

Рассмотрим подробнее коммуникативные тактики, находящие реализацию в текстах пословиц. Как показывает анализируемый эмпирический материал, одним из наиболее популярных тактических приемов, используемых в пословичном дискурсе, является *тактика намека*.

Квалифицируя ситуацию намека, Кобозева И.М. и Н.И. Лауфер выявили следующие свойства, характеризующие косвенные речевые акты (КРА): интенциональность, вербальность, косвенность, обоснованность, выводимость и нетривиальность [8: 463-465]. Следовательно, намек представляет косвенное выражение некой интенции, выводимость которой возможна лишь нетривиальным способом. Продуцент намеренно выбирает данный тип высказывания, поскольку он не хочет либо не может выразить свои намерения напрямую.

Репрезентативные речевые акты (РА) в роли предостережений и советов являются частым явлением в текстах русских и немецких пословиц, что свидетельствует об эффективном использовании КРА в народной паремии, об универсализации приемов передачи косвенного смысла в сопоставляемых языках. Высокую частотность употребления КРА Маслова А.Ю. справедливо объясняет их «емкостью, экономностью, повышением этикетности речевого общения, способностью создавать эмоциональный эффект» [11: 58].

Феномен косвенности коррелирует с теорией речевого этикета, отводящей принципу соблюдения вежливости в целях формирования социально комфортного климата общения особое внимание [12: 201]. Таким образом, речевой этикет, составляющий «важный элемент всякой национальной культуры» [13: 151], выступает в качестве необходимого условия для успешного функционирования РА, обеспечивает адекватность его восприятия и определяет конвенциональные способы выражения тех или иных интенций. Согласно одному из правил ведения речи для говорящего, сформулированному Н.И. Формановской, «говорящему предписывается, осуществляя доброжелательность, проявлять уместную в данной ситуации общения ... вежливость. ...Необходимо стараться смягчать свою речь, снимать излишнюю категоричность» [13: 19].

В рамках устранения эпистемической лакунарности, благодаря КРА адресанту, удастся избежать прямых директивных высказываний (например, РА наказа и запрета с императивными формами глагола), излишне категоричных по своей иллокутивной силе, в пользу менее категоричных высказываний с косвенной императивностью, направленных на установление благоприятной атмосферы общения. Благодаря косвенным высказываниям, привлечение внимания к теме сообщения осуществляется без принуждения. Экспликация скрытого смысла происходит с опорой на фоновые знания реципиента, а также контекст речевого общения (см. [12: 197]).

Г.А. Брутян отмечает, что «практика как обыденного, так и художественного мышления показывает широкую распространенность приема намека, недосказанности, скрытого смысла, который предполагает и предлагает, чтобы его раскрыли. Этот прием имеет большую эмоциональную и суггестивную нагрузку, благодаря чему становится хорошим аргументативным средством» [2: 73].

Тактика намека как наиболее «мягкий» способ убеждения находит употребление в пословицах лишь в аргументационных высказываниях совета и предупреждения, характеризующихся «умеренной» иллокутивной силой. Последствия несоблюдения рекомендуемых правил, вероятно, не представляют серьезной угрозы для жизнедеятельности реципиента, высказывание носит превентивно-рекомендательный характер. Например:

Совет: «*В полплеча работа тяжела, а оба подставишь – легче справишь*» = <Работать сообща намного легче и выгодней, чем в одиночку> [4: 38]; «*Тише едешь – дальше будешь*» = <Чем меньше поспешности в чем-л., тем лучше. Говорится в оправдание чьей-л. медлительности или осторожных, но настойчивых, целеустремленных действий> [4: 393-394]; «*Согласного стада и волк не берет*» = <Живущим дружно не страшны никакие враги> [4: 374-375];

Предостережение: «*Без труда не вынешь (и) рыбку из пруда*» = <Не потрудившись, никакого дела не сделаешь> [4: 11]; «*В камень стрелять – только стрелы терять*» = <Заниматься чем-л. заведомо неисполнимым – значит попусту тратить время и силы> [4: 35]; «*Дальние (долгие) проводы – лишние слезы*» = <Длительные проводы только усугубляют тяжесть расставания> [4: 84]; «*За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь*» = <Если возьмешься сразу за несколько дел, не добьешься результатов ни в одном> [4: 118-119]; «*Час упустишь, годом не наверстаешь*» = <Вовремя не выполнишь какого-л. дела, потом поздно будет> [4: 426].

Следует отметить, что тактика намека в пословичном дискурсе чаще всего находит языковое оформление в виде сложноподчиненных предложений с относительным словом *кто* («*Кто рано встает, тому бог дает*» [4: 161]; «*Кто грамоте горазд, тому не пропасть*» [4: 158]; «*Кто*

другому яму роет, тот сам в нее попадет» [4: 158]), а также в виде бессоюзных сложных предложениях, выражающих условно-следственные отношения («*Спать долго – встать (жить) с долгом»* [4: 378]; «*Говорить правду – терять дружбу»* [4: 72]; «*Поспешишь – людей насмешишь»* [4: 310]).

Следующая коммуникативная тактика, используемая в пословичном дискурсе, – это **тактика прямого убеждения путем представления негативных последствий обратных действий**. Перлокутивный эффект базируется на столкновении позитивной и негативной ситуаций действительности. Реципиенту, с одной стороны, предоставляется альтернатива в отношении выполнения / невыполнения описываемых действий. С другой стороны, данная альтернатива оказывается мнимой, поскольку в паремии подробным образом описываются негативные последствия несоблюдения «жизненного правила». Например: «*Не рой другому яму (ямы), сам в нее попадешь»* = <Неприятность может случиться и с тем, кто желает или делает ее другим> [4: 250].

Тактика представления положительных последствий действий служит эффективным способом убеждения слушающего, базирующемся на принципе бенефактивности. Заинтересованность реципиента в положительном исходе событий подталкивает его к принятию предлагаемого шаблона поведения. Например: «*Клади навоз густо, в амбаре не будет пусто»* [4: 148].

Другой тактический прием, к которому активно прибегает говорящий, использующий в своей речи пословичные изречения, – **тактика объяснения**. В качестве аргументов указанной тактики выступают личностно-ориентированные доводы в пользу совершения / не совершения действия. Например:

Запрет: «*Не плюй в колодец (в колодезь), пригодится воды напиться»* = <Не делай неприятностей, не вреди кому-л., так как этим можешь лишиться себя в будущем помощи, поддержки> [4: 245-246]; «*Не радуйся чужой беде, своя на гряде»* = <Говорится тому, кто злорадствует> [4: 248].

Наказ: «*Берись дружно, не будет грузно»* = <Говорится тогда, когда призывают кого-н. действовать сообща, всем вместе> [4: 14]; «*Бей сороку и ворону, добьешься и до белого лебедя»* = <Начинай с малого, со временем, приобретая опыт, навык, добьешься и большего> [4: 12].

Таким образом, проведенный анализ аргументативных пословичных текстов показал, что присутствие и характер аргументирующего компонента в паремиологических текстах обуславливается интенциональным компонентом значения высказывания. К часто используемым в пословичном дискурсе коммуникативным тактикам относятся тактики намека, объяснения, представления положительных и негативных последствий действий.

Литература:

1. Алексеев, А.П. Аргументация. Познание. Общение [Текст] / А.П. Алексеев. – М.: МГУ, 1991. – 150 с.
2. Брутян, Г.А. Очерк теории аргументации [Текст] / Г.А. Брутян. – Ереван: Изд-во АН Армении, 1992. – 303 с.
3. Григорьева, В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монография [Текст] / В.С. Григорьева. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2007. – 288 с.
4. Жуков, В.П. Словарь русских пословиц и поговорок [Текст] / В.П. Жуков. – 13-е изд., стереотип. – М.: Рус яз. – Медиа, 2007. – 649 с.
5. Ивин, А.А. Риторика: искусство убеждать: учебное пособие [Текст] / А.А. Ивин. – М.: Фаир-Пресс, 2003. – 304 с.
6. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
7. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
8. Кобозева, И.М. Об одном способе косвенного информирования [Текст] / И.М. Кобозева, Н.И. Лауфер // Изв. АН СССР. СЛЯ. – Том 47. – №5. – М.: Наука, 1988. – С. 462-471.
9. Колосова, Т.А. О сигналах неразвернутости некоторых имплицитных сложных предложений [Текст] / Т.А. Колосова // Синтаксис предложения: Сб. науч. тр. – Калинин: КГУ, 1983. – С. 3-11.
10. Кубрякова, Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности [Текст] / Е.С. Кубрякова. – М.: Наука, 1986. – 157 с.
11. Маслова, А.Ю. Специфика косвенного выражения побуждения [Текст] / А.Ю. Маслова // Филологические науки. – М.: МГУ, 2007. – № 6. – С. 51-59.
12. Серль, Дж.Р. Косвенные речевые акты [Текст] / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 195-234.
13. Формановская, Н.И. Речевой этикет и культура общения [Текст] / Н.И. Формановская. М.: Высшая школа, 1989. – 159 с.
14. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие (для студентов вузов) [Текст] / А.П. Чудинов. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 254 с.
15. Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: УрГРУ, 2001. – 238 с.