

СТРАТЕГИЯ УГОВАРИВАНИЯ В БЫТОВОМ ДИСКУРСЕ

Sitosanova O.V.

PERSUASION STRATEGY IN EVERYDAY DISCOURSE

Аннотация. В статье рассматривается стратегия убеждения в повседневном дискурсе. Выделены основные аспекты стратегии убеждения.

Ключевые слова: стратегия уговаривания, коммуникативный ход, аргументация, апелляция, манипуляция.

Abstract. The article discusses the persuasion strategy in everyday discourse. The author considers the main aspects of the persuasion strategy..

Keywords: persuasion strategy, communicative course, argumentation, appeal, manipulation.

Под речевой стратегией понимают общий план речевых действий для достижения поставленных коммуникативных целей при помощи вербальных и невербальных средств, осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия в интересах достижения цели общения или стратегического результата, на который направлен коммуникативный акт. Выбор стратегии предопределен социальным опытом коммуникантов, их стилем взаимодействия с собеседником, целью и ситуацией общения.

Речевая стратегия – сверхзадача речи, включающая планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от условий общения и обстановки, а также личности партнера или типы аудиторий и реализацию этого планирования. Коммуникативную стратегию можно определить как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей.

Речевая стратегия охватывает всю сферу построения процесса коммуникации. Речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации не только в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, но и от реализации этого плана. Речевая стратегия – это комплекс речевых действий, которые направлены на достижение коммуникативной цели [5, 54].

Стратегии ориентированы на будущие речевые действия. Мотивы управляют человеческой деятельностью. Поэтому истоки речевых действий нужно искать в мотивах. Следовательно, речевое общение – это целенаправленная активность людей, позволяющая им организовать сотрудничество. Поэтому, необходимо упомянуть о том, что речь обладает как непосредственной целью, так и мотивом. Общаясь с другим человеком, мы стараемся понять, ради чего он говорит. Если мы не понимаем мотива речевых действий, то мы не можем понять смысл высказывания в полном объеме и выработать речевую стратегию.

Обратимся к такой речевой стратегии как уговаривание. Уговоры как разновидность побуждения в теории речевых актов исследуются в тесной связи с убеждениями и относятся к перлокутивным речевым актам, так как речевая реализация уговоров – это только попытка уговорить адресата выполнить действие и совсем не означает достижения цели [1, с. 240; 4, с. 23-24].

Сравнивая стратегии уговаривания и убеждения, мы вслед за Гловинской М.Я. [2] и Федосюком М.Ю. [9] считаем, что уговаривание воздействует на чувства и эмоциональный мир адресата. Уговоры – это давление на адресата, манипуляция, насильственно осуществляемая власть над адресатом [3]. Убеждение направлено именно на разум человека.

Вслед за О.С. Иссерс, обозначившей типы моделей аргументации, мы рассматриваем стратегию уговаривания в четырех аспектах:

- апелляции к чувствам, отношениям между партнерами. Коммуникативной предпосылкой данного хода является представление о чувствах коммуникантов друг к другу, которые обе стороны считают ценными («Ты же меня любишь... Мы же друзья... Сделай это ради меня...»);

- апелляции к качествам партнера. В функции аргумента выступает комплимент адресату, которого он будет, по мнению адресанта, достоин, если поддается уговорам, то есть цель адресанта – побудить адресата к определенным действиям в интересах адресанта («Мы же договаривались!.. Ты же обещал(а)...»);

- апелляция к авторитету. Ссылка на источник аргументации, который по мнению адресата, является авторитетом для адресанта («Даже N считает, что это лучше... Все делают так... Я и сам(а) так делаю / этим пользуюсь...») [7];

- апелляция к разуму партнера [4]. Этот ход маркируется показателями, которые указывают на разумность, осведомленность («Ну ты сам(а) подумай... Тебе видней, но, по-моему, это просто глупо...»). Данной разновидностью уговоров является коммуникативный ход, в аргументирующей части которого акцент делается на пользу или вред для объекта. Категория «вред – польза» является одной из базовых категорий воздействия, так как оперирует ценностными аргументами.

В стратегии уговаривания часто реализуется манипуляция (скрытое воздействие, при котором адресант относится к адресату как средству достижения собственных целей):

- а) использование манипулятивных комплиментов, лести, сюсюканья (У тебя безупречный вкус!; Кисонька! Обожаю тебя!);

- б) манипулирование потребностями адресата (Я тебе машину куплю!; Потом поедем на море!);

- в) манипулирование чувствами адресата (Да после твоего открытия ученый мир ахнет!; Ты же это любишь!);

г) уверение в необходимости срочно осуществить данное действие (Это можно сделать лишь сейчас, потом не получится!);

д) апелляция ко временности ситуации (Ну согласись, совсем ненадолго, недели на две; Умоляю! Всего-то пять дней);

е) указание на исключительность человека или ситуации (Помоги, умоляю, больше мне надеяться не на кого; Только ты можешь мне помочь!; Это последний вариант в моей жизни!);

ж) демонстрация обиды, страдания, ущерба, претерпеваемых адресантом по вине адресата (чаще всего с упреком) (А! Их надо жалеть, а меня нет!; Вот ты какая! Больная подруга просит помочь, а тебе все равно?; А обо мне ты подумала? Сколько я могу это терпеть?);

з) призыв к сочувствию, жалости, состраданию (Представляешь, как жалко, если ее убьют?; Ну выручи меня!).

В ситуации уговаривания адресант может:

а) усиливать иллюзию побуждения, переходя с речевого акта просьбы на речевой акт мольбы (Помоги, умоляю!; Умоляю тебя!), сопровождая их определенным невербальным поведением: вставать на колени, плакать, вздыхать, вскакивать с места, быстро перемещаться по комнате, шептать, молитвенно складывать руки, прижимать руки к груди и т. д.;

б) реализовывать тактику усиления интимизации дискурса путем ввода уменьшительно-ласкательных обращений (Катюша, Анюта), положительно-оценочных апеллятивов (Милая! Дорогая! Солнышко!), а также сокращения дистанции между собой и адресатом (брать коммуниканта за руку, под руку, обнимать, целовать);

в) выдвигать условия (Если любишь меня – женись!).

Уговаривающий может также использовать тактику снятия интимизации дискурса (например, переходить с уменьшительно-ласкательных обращений на пейоративные: Машенька, Манюня – Машка), упрекать адресата (Вот ты какая! Только о себе думаешь!), угрожать, шантажировать (Будешь себя плохо вести, не пойдешь гулять!; Будешь пить – брошу тебя!), оскорблять (Дура! Эгоистка!), обвинять (Я всегда знала, что ты меня не любишь!) [6, с. 180-184]).

Поскольку стратегия уговаривания осуществляется в результате нескольких коммуникативных ходов, поэтому чтобы достичь своей цели адресант применяет несколько аргументов [9, с. 87]. Используя аргументы, адресант пытается заставить адресата сделать нечто в своих интересах [6, с. 94]. При уговаривании адресант должен уметь подкреплять побуждение аргументацией, оказывая дополнительное речевое воздействие, то есть в процессе уговаривания адресант намерен убедить адресата выполнить определенные действия, путем воздействия на его эмоциональный мир, и тем самым, завоевать авторитет, и, возможно, изменить мировоззрение адресата. Последовательность коммуникативных ходов зависит от реакции адресата.

та. Так ситуация общения может характеризоваться когнитивными, психологическими и коммуникативными характеристиками, поэтому реакция определяется всеми этими параметрами. Задача адресанта состоит в том, чтобы при помощи нескольких коммуникативных ходов изменить эти параметры в свою пользу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вендер З. Иллокутивное самоубийство // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. 238-250 с.
2. Гловинская М.Я. Русские речевые акты со значением ментального воздействия // Логический анализ языка: Ментальные действия. М., 1993.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизм и защита. М., 1997.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 6-е, доп. М.: Издательство ЛКИ, 2012. 304 с.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008.
6. Нестерова Т.В. Введение в теорию коммуникации: лекции и практические задания: учеб. пособие. М., 2015.
7. Падучева Е.В. Высказывание и соотнесенность с действительностью. М.: Наука, 1985. 272 с.
8. Поварнир С. Спор: о теории и практике спора // Вопросы философии. 1990. № 2.
9. Федосюк М.Ю. Комплексные жанры разговорной речи: утешение, убеждение и уговоры // Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург: Арго, 1996. 73-94 с.