**Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий**

О.С. Иссерс, Омский государственный университет, кафедра общего языкознания

...Люди не просто лгут, - они интерпретируют социальную действительность.

Т. ван Дейк. Язык, познание, коммуникация

Вопрос о сущности речевого воздействия трудно отнести к числу малоразработанных: вероятно, отсчет следует вести от античных времен и аристотелевской концепции риторики. Традиция изучения ораторской речи, имеющая многовековую историю, претерпела значительные изменения во второй половине XX века: классический подход к изучению ораторских текстов (при котором чаще всего объектом исследования являлось судебное красноречие) был значительно расширен за счет идей, почерпнутых из смежных дисциплин: социологии, психологии, кибернетики, политологии.

Основным стимулом интенсификации исследований в области речевого воздействия в настоящее время являются прагматические задачи. В общем виде их можно обозначить как проблему оптимизации речевого воздействия. Актуальность этой проблемы не требует специальных доказательств ввиду ее очевидности: даже беглый взгляд на книжный прилавок, где непременно присутствует несколько бестселлеров - руководств по коммуникации и речевому воздействию на собеседника (Д. Карнеги, Э. Шостром, Э. Берн и т.д.), может служить аргументом в пользу того, что социальный заказ существует.

Феномен речевого воздействия представляет собой многообразное явление, поэтому описание тех или иных его аспектов предполагает экспликацию очерченных самим автором ограничений в проблематике.

Когнитивные категории базового уровня как инструмент речевого воздействия.

Речевое воздействие (в широком смысле) можно отождествить с процессом речевого общения, взятом в аспекте его целенаправленности. Научные исследования показывают, что в любом акте речевого общения коммуниканты преследуют определенные неречевые цели, которые в итоге влияют на деятельность собеседника [5, 6, 17]. Так, например, Р.Блакар утверждал, что выразиться "нейтрально" невозможно, поскольку даже неформальный разговор предполагает "осуществление власти", то есть воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком [5, c.91].

Наша задача состоит в том, чтобы рассмотреть речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий. С этой точки зрения речевое воздействие может быть описано как "совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения, приводящих к передаче знаний от одного участника к другому" [1, c.11].

Модель мира представляет собой определенным образом организованные знания о мире, свойственные когнитивной системе или ее модели [4, c.146]. С одной стороны, в модель мира входят общие знания о мире, которые можно считать "объективными". Речь идет о простых пропозициях типа "снег весной тает", специальных фактах вроде "Волга впадает в Каспийское море" или правилах продукций ("Если холодно, то нужно тепло одеваться"). С другой стороны, в модели мира присутствуют и знания другого типа, которые условно можно назвать "субъективными". Это ценности и их иерархии, семантические конструкты типа "норма", "каузирование" и другие когнитивные структуры, обобщающие опыт индивида и социума.

Эти когнитивные структуры, или когнитивные категории, существуют на так называемом базовом уровне категоризации. В исследованиях Э.Рош [18] понятие базового уровня категоризации в иерархии категорий относится к промежуточному между самым высоким (суперординатным) и нижним (субординатным). Речь идет о том, что в своей каждодневной жизни человек руководствуется подвижными, гибкими и простыми естественными категориями, сформированными на "среднем" уровне абстракции. В концептах и названиях этого уровня обычно соединяются перцептуальные и функциональные характеристики объектов, то есть сам уровень обладает не только лингвистической, но и когнитивной значимостью. Это объясняется тем, что "категоризация связана с членением внешнего и внутреннего мира человека в соответствии с сущностными характеристиками его функционирования и бытия" [12, c. 44]. Изучение познавательной деятельности человека показывает, что базовый уровень является центральным для многих видов когнитивной деятельности. А поскольку речевое воздействие непосредственно связано с социальными интеракциями, нас в первую очередь будут интересовать категории, относящиеся к социальной когниции.

Образование категорий связано с формированием когнитивных концептов и их устойчивых объединений. Это стандартный путь переработки поступающей информации. Примером могут служить концепты, которые формируются в процессе речевого общения. Каждый из коммуникантов в определенной речевой ситуации стоит перед необходимостью ответить на вопросы: "Кто он? Кто я? Каково его отношение ко мне и остальным? Как он воспринимает меня?". На основе ответов на эти вопросы формируется концепт "Я" (образ Автора), концепт "Он" (образ Адресата) и ряд других.

Наше предположение заключается в том, что среди прочих категорий базового уровня существуют специфические когнитивные категории, регулярно представленные в текстах, где речевое воздействие планируется (то есть осознается говорящим как иллокутивная задача). Особенностями этих категорий (назовем их РВ-категориями, или персуазивными) являются их регулярность и универсальность: они обнаруживаются в персуазивном дискурсе, который представляет различные коммуникативные сферы (политику, бизнес - в особенности рекламу, частную жизнь). Ниже в качестве примера мы рассмотрим категорию "свой круг" (название дано в значительной степени условно, но оно отражает реалии обыденного сознания), которая базируется на двух противопоставленных концептах - "свои" и "чужие".

Семантические сети как модель организации знаний

Отношения между концептами могут быть описаны через понятие семантичесих сетей, где точками пересечения (узлами) являются определенные концепты [12, с.169]. Простейшие типы концептуальных зависимостей в семантических сетях имеют следующий вид:

А есть В (А представляет собой В);

А имеет В;

А имеет отношение к В ( А связано с В).

Семантические сети как модель организации знаний несколько упрощенно представляют семантические отношения, которые имеют место в естественных когнитивных процессах, однако задачи речевого воздействия как раз и требуют, чтобы на некоторые речевые стимулы человек реагировал молниеносно и однозначно. А для этого необходимо, чтобы доступ к подобным знаниям был несложен. Как известно, некоторые концепты в памяти человека явно ассоциируются с другими (кислый... лимон, фрукт...яблоко). Именно такие прогнозируемые ассоциации планируется продуцировать путем установления семантических зависимостей между концептами в процессе персуазивной коммуникации.

Если рассматривать концептуальные зависимости в пределах определенной категории как узлы семантической сети, то речевое воздействие можно определить как операции над семантическими сетями (разрыв ассоциативных связей и установление новых). Два основных типа процедур: установление новых ассоциаций и разрыв старых - могут быть конкретизированы через процедуры низшего порядка. Так, например, установление новых ассоциаций может осуществляться как:

непосредственное отождествление (А есть В);

сближение по свойствам, или "фамильное сходство" (А имеет, обладает В);

отождествление по отдельному признаку (А имеет отношение к В);

сближение по нетипичным признакам (А имеет отношение к В, хотя это и не очевидно).

Разрыв ассоциативных зависимостей может быть описан через симметрично противопоставленные процедуры:

непосредственное отрицание тождества (А не есть В);

отрицание тождества через отрицание общих свойств (А не имеет, не обладает В);

отрицание тождества по отдельному признаку (А не связан с В);

разъединение по нетипичным признакам (А не связан на самом деле с В, хотя это и не очевидно).

Прототипический подход в описании персуазивных категорий.

Для анализа категорий речевого воздействия целесообразно использовать сформированное в когнитивной науке понятие прототипа. Оно основано на том, что "категории языка не всегда, а возможно, и редко определяются в терминах одной или нескольких отличительных особенностей, необходимых и достаточных в качестве критерия именования" [12, с.140-145]. Скорее они (категории) формируются на основе пересечения некоторого числа характерных "свойств - признаков", при этом прототипом является единица, проявляющая эти свойства в наибольшей степени. "Прототип - это лучший образец категории". Прототипический подход позволяет допустить, что все члены категории в зависимости от наличия/отсутствия характерных свойств могут быть в большей или меньшей степени близки к прототипу. Использование понятия прототипа позволяет проследить процесс формирования персуазивных категорий "от простого к сложному", от типичных случаев - через усложнения - к маргинальным. В этом аспекте представленные выше операции над семантическими зависимостями выстроены по принципу "отдаления" от прототипа: отождествление представляет собой наиболее стандартный, эталонный способ (он быстрее опознается, чаще употребляется, ускоряет решение разнообразных задач, связанных с идентификацией), а сближение по нетипичным признакам - в какой-то степени аномальный, парадоксальный. Для категории "свой круг", о которой речь пойдет ниже, первый можно проиллюстрировать фразами типа "Он враг", "Он свой человек", а второй - "Наш человек, собираясь на курорт, кладет в чемодан деловой костюм и галстук", "Наши люди в булочную на такси не ездят" (реплика управдома в кинофильме "Бриллиантовая рука").

1.  Базовые категории персуазивного дискурса

Категория "свой круг"

Структурирование социума путем построения оппозиции "свои" - "чужие" имеет давние социокультурные традиции.

Политическая ситуация конца 80-х - начала 90-х годов в России способствовала актуализации этой семантической оппозиции. В этом смысле символично, что репортаж известного тележурналиста А. Невзорова о событиях в Вильнюсе в 1991 году был назван "Наши" (номинация относилась к советскому ОМОНу, жертвами которого стали жители литовской столицы). Наблюдения показывают, что семиотическая категория "свой круг" является одной из базовых когнитивных категорий в политическом дискурсе [2, 11]. Продуктивность этой категории объясняется ее гибкостью, удобством и простотой в плане манипуляции сознанием: автор каждый раз заново очерчивает "свой круг", отделяя "своих", "наших" от "чужих".

Основными концептами этой категории являются дихотомически противопоставленные единицы "свой" - "чужой". В этой системе координат устанавливаются отношения между "я" говорящего, собеседником (-ами) и третьими лицами. Рассмотрим основные типы ассоциативных зависимостей в рамках категории "свой круг". В качестве материала использованы интервью с Юрием Лужковым ("Комсомольская правда", 26 ноября 1997г.) и статья О. Кучкиной "Рыжий" ("Комсомольская правда", 22 ноября 1997 г.). В обоих случаях в центре находится фигура бывшего вице-премьера - А. Чубайса.

1. Отождествление, или идентификация, строится по модели "А есть (представляет собой) В". Осуществляется через прямую номинацию; разграничение "своих" и "чужих" происходит на основе символов Добра и Зла, соответствующих модели мира говорящего (о символах Добра и Зла см., например: [17, c.143-147]).

Вначале мы с ним были союзниками. Я поддерживал его инициативы, связанные с приватизацией. Но ...приватизация, проводимая господином Чубайсом, преследовала не экономические, а политические цели. ...И тогда я ему сказал: "Отныне вы - мой идейный враг". Мы с Чубайсом - полные антиподы. (Лужков)

В стране, где порядочный человек (т.е. Чубайс. - О.И.) уже (еще) редкость, воры, указывая на него, кричат: держи вора! (Кучкина)

Реформаторы (Чубайс) провели приватизацию: бездарная система всеобщей безответственности за общее хозяйство стала преображаться в систему личной ответственности за частное хозяйство. (Кучкина)

Кроме непосредственного обозначения главного героя как врага или как порядочного человека, "реформатора" (в последнем контексте наводится сема положительной оценки), в обоих примерах можно наблюдать способ моделирования образа через отношение к приватизации. В зависимости от интерпретации этого процесса в категориях Добра (Кучкина) либо Зла (Лужков), объект идентифицируется как "свой" либо "чужой".

2. Сближение по свойствам, или атрибуция, базируется на модели "А имеет, обладает свойством В". Через указание на признаки, присущие объекту, устанавливается его "фамильное сходство" с концептами "свой" - "чужой". В теории прототипов принимается, что категории языка формируются ( в рамках континуума) как пересечения некоторого числа характерных или типичных свойств-признаков, коррелирующих с уместностью наименования соответствующих предметов. Естественно, что представления о "характерных" свойствах и уместности наименования в персуазивном дискурсе идеологически нагружены и определяются сложившимися идеологемами [13].

Данный способ установления ассоциативных зависимостей обладает большой убеждающей силой, поскольку семантический вывод об идентификации объекта подается имплицитно (его' доверено сделать самому адресату), а всякое знание, "добытое собственными интеллектуальными усилиями", осознается как свое, личное ("приватизация знаний", по Баранову).

Безусловно, сам персонаж является абсолютным раздражителем. ...Между ними (Чубайсом и Березовским) дружбы, мягко выражаясь, не было, шла острейшая и во многом беспринципная борьба за влияние на государственную власть. ...Я имею в виду полное пренебрежение той реакцией, которую они (Чубайс и другие "писатели") прогнозировали от общества. ...Не последовало реакции на мощные заработки Чубайса, которые он получил за 4 месяца... Последовало новое хамство. ...Чубайс, совершенно не зная реальной экономики, не имея опыта в организации производства, не мог не стать монетаристом. Я же практик. ...Чубайс - радикал. Его мышление полярно. Он то открывает крышку гроба, то забивает в нее последние гвозди... Я - приверженец движения по этапам, шагами, а не революционными радикальными скачками. (Лужков)

Итак, Чубайс в интерпретации Ю. Лужкова обладает следующими признаками: он "раздражитель", участник беспринципной борьбы за власть, "писатель", пренебрегающей общественной реакцией (мнением большинства!), рвач ("мощные заработки" за короткий срок), хам, неопытный теоретик-монетарист, радикал, приверженец революционных скачков, гробовщик, собирающийся похоронить Россию (развернутый метафорический образ). По сумме признаков личность Чубайса близка к классическому прототипу "образа врага".

В интерпретации О. Кучкиной бывшему вице-премьеру приписываются следующие свойства-признаки.

Интересно, зависит ли от цвета волос, кожи и наличия веснушек наличие выдающегося ума и таланта? Рыжие с веснушками - Бродский, Плисецкая, Чубайс. ...Да ведь и вышел не на балетную сцену - ...на самый верх политики. Горе - уму. Чубайс один такой сегодня - во благо стране и ее населению.

По совокупности положительно оцениваемых признаков (выдающийся ум и талант, уникальная значимость для блага страны и ее населения) Чубайс неминуемо должен быть опознан как "свой".

Атрибуция признаков, идентифицирующих объект как "свой" либо "чужой", может устанавливаться через констатацию подобия с некоторым объектом, указание на общие с ним свойства (в случае, если целью является разрыв ассоциативных зависимостей, - отрицание общих свойств). При этом координирующей точкой является объект, связь которого с прототипом ("свой" или "чужой") принимается как известное, данное.

Рыжие с веснушками - Бродский, Плисецкая, Чубайс. Нескромные. Нерядовые... (Кучкина)

То, что сделали Чубайс и другие "писатели", это попросту вульгарно. ...У Чубайса большевистский подход: до основания все разрушить, а затем... (Лужков)

Таким образом, "свой" Чубайс находится в одной шеренге с гениальными Бродским и Плисецкой, а "чужой" - в группе "писателей" (кавычки сигнализируют об отрицательной коннотации) и большевиков-разрушителей.

Приемы установления ассоциативных связей на основе подобия необычайно продуктивны в персуазивном дискурсе, в частности в стратегии дискредитации, где они реализутся в специфических речевых тактиках [3, 8, 9].

3. Стереотипизация - один из важнейших приемов речевого воздействия. С точки зрения когнитивных процессов стереотипы формируются на основе ассоциативных связей по модели "А имеет отношение к В", где В - один из прототипических концептов или концепт, опосредованно связанный с прототипом как символ Добра либо Зла.

Это - кризис команды Чубайса. (Лужков)

Кризис - 'тяжелое переходное состояние какого-либо социального института, сферы общества', отрицательное явление, Зло; испытывать кризис - это свойство "чужих", не "наших".

Он (Чубайс) не раздражает только своего союзника Гайдара и небольшую кучку людей. (Лужков)

Егор Гайдар - символ непопулярной экономической политики начала 90-х годов, "кучка людей" противостоит здравомыслящему и моральному "большинству", олицетворяющему Народ, следовательно, иметь отношение к Гайдару и "кучке людей" - значит быть "чужим".

Реформаторы (Чубайс) ...стабилизировали родной многострадальный рубль. Создали рынок ценных бумаг. То есть из уродливой и практически обрушившейся экономической системы сделали искомую рыночную. Откуда и начнет - уже начала - плясать новая помолодевшая страна, встающая с больничной койки! (Кучкина)

Образ выздоравливающей страны - символ Добра, понятный большинству. И хотя концепт 'рынка' имеет неоднозначную интерпретацию в идеологически заостренных текстах, противопоставление "искомой" рыночной системе и прежнего уклада указывает на полюс положительной оценки, формируя стереотипические зависимости.

4. Установление ассоциативных связей (часто по второстепенному, несущественному признаку) лежит в основе техники, которая известна как прием "навешивания ярлыков" [9, 16]. Ярлык - один из распространенных аргументов в нечестной полемике [14]. В основу наименования по принципу ярлыка кладется какой-нибудь частный признак объекта. Так, например, молодые реформаторы в российском правительстве называются то "выпускниками Кембриджа" (прозападная ориентация - признак "чужих''), то "мальчиками в розовых штанишках" (не соответствующая их положению молодость и сопутствующая ей незрелость мышления имплицитно противопоставлена мудрости "стариков"). Основой ярлыка может стать и звуковая форма слова (прием паронимической аттракции: демократы - дерьмократы, приватизатор - прихватизатор) [11].

Речевое воздействие, рассматриваемое в аспекте когнитивных процессов, связано не только с установлением желательных ассоциаций, но и с блокировкой нежелательных. Последняя осуществляется по моделям: 1) "А не есть В"; 2) "А не имеет В"; 3) "А не имеет отношения к В"; 4) "А имеет лишь частичное (некоторое) отношение к В" - то есть здесь имеют место процессы, по своей цели противоположные отождествлению, атрибуции, стереотипизации и навешиванию ярлыков. Сравним высказывания Ю. Лужкова:

Черномырдин и Чубайс - мало совпадающие персоны. (1)

Мы с Чубайсом единомышленники разве что в стратегии рыночных преобразований. (4)

Мне искренне жаль ...Казакова. Думаю, он случайно попал в этот коллектив. (3) - и мнение О. Кучкиной:

Жалко, что он (Чубайс) вдруг повел себя так, будто виноват... До суда нельзя было поддаваться на шантаж и подлянку... (2)

Жалко, что мы страдаем, что у нас нет и близко возможности похожих гонораров. Но ведь у нас и похожей - безумной по сложности - работы нет. (1)

Ах, Чубайс, Чубайс! Лучше б вы сжевали бумагу, на которой писали тексты. Впрочем, не будь книги, накопали бы что-нибудь другое. (4)

Рассмотренные нами типы ассоциативных зависимостей используются для эффективного манипулирования умозаключениями реципиента. Основанием для подобных манипуляций являются когнитивные категории базового уровня, например такая, как категория "свой круг". В качестве иллюстрации были избраны фрагменты политического дискурса, но не менее яркими могут быть примеры из языка рекламы или повседневной, обыденной речи. В условиях социального взаимодействия категории этого уровня реализуются в рамках речевых стратегий и тактик, что является предметом отдельного исследования [7, 10, 15].

**Список литературы**

Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): Автореф. дис.... докт. филол. наук М., 1990.

Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации // Новое в жизни, науке и технике. 1991. N 10.

Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.

Баранов А.Н., Паршин П.Б. К построению словаря терминов когнитивной науки // Когнитивные исследования за рубежом: Методы искусственного интеллекта. М., 1990. C.139-149.

Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. C.88-125.

Ван Дейк, Т.А. Язык, познание, коммуникация. М., 1989.

Верещагин Е.М., Ротмайр Р., Ройтер Т. Речевые тактики "призыва к откровенности" // Вопросы языкознания. 1992. N 6.

Иссерс О.С. "Паша - "Мерседес", или речевая стратегия дискредитации // Вестник Омского университета. 1997. N 2. C.51-54. [1997 а].

Иссерс О.С. "Посмотрите, на кого он похож!" //Вестник Омского университета. 1997. N 3. С.81-84. [1997 б].

Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу //Вестник Омского университета. 1996. N 1. C.71-74.

Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. "Свое" - "Чужое" в коммуникативном пространстве митинга. // Русистика сегодня. 1995. N I. C.93-116.

Кубрякова Е.С., Демьянков B.C., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.

Купина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реализации. Екатеринбург - Пермь, 1995.

Поварнин С. Спор: О теории и практике спора. // Вопр. философии. 1990. N 2.

Рытникова Я. Т. Семейная беседа: обоснование и риторическая интерпретация жанра: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1996.

Теория и практика полемики. Томск, 1989.

Larson Ch. U. Persuasion: reception and responsibility. Wadsnorth Publishing Company. Belmont, Ca 1995.

Rosh E.H. Human categorization // Advances in cross-cultural psychology. L., 1975