

Стратегии скрытого воздействия в английском деловом дискурсе

Александра Владимировна Радюк

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России
119454, Москва, проспект Вернадского, 76

Аспирант

E-mail: rad_al@bk.ru

Аннотация. В статье обсуждается сущность скрытого речевого воздействия – манипуляции. Цель работы – подчеркнуть особую природу манипулятивных стратегий английского делового дискурса. Автор приходит к выводу, что манипулятивную стратегию не всегда правомерно характеризовать как негативное явление.

Ключевые слова: английский деловой дискурс; стратегии и тактики; манипуляция.

Введение. Необходимость речевого воздействия в деловой сфере обусловлена мировыми тенденциями развития социально-политической, экономической, научной сфер жизни. Устройство современного общества требует от каждого индивида умения отстаивать свои позиции среди равных ему людей. Это, в частности, привело к появлению такого понятия, как психолого-прагматический дискурс, или «дискурс успеха» [1], актуального с позиций деловой коммуникации [2, 3]; данная проблематика успешно исследуется в лингвориторической парадигме (см.: [4–7]).

В английском деловом дискурсе крайне важна постановка и реализация различных коммуникативных и предметных задач, касающихся профессиональной сферы коммуникантов. Неотъемлемой частью достижения его стратегических целей в общении является речевое воздействие. Речевым воздействием называется побуждение человека к *сознательному* действию при помощи слова. Скрытое речевое воздействие наряду с профессиональным общением находит применение в риторике и рекламе (см., напр.: [8]).

Материалы и методы. Для анализа избраны образцы английского делового дискурса из публицистики и художественных произведений экономической / финансовой, коммерческой тематики. Деловой дискурс обычно понимается как язык профессионального общения в действии [9, 10]. Поэтому языковой материал представлен различными регистрами делового дискурса с тем, чтобы, используя метод прагма-функционального анализа, изучить явления скрытого воздействия, а не специфику конкретного регистра.

Обсуждение. К использованию скрытого воздействия деловых людей подталкивает желание искать более изощренные методы влияния. Таким методом служат разнообразные манипулятивные стратегии общения. Их признаками считаются эффект неосознаваемого действия или действия вопреки чьему-либо намерению, а также использование особых речевых средств, эксплуатирование тонкостей функционирования языка. Таким образом, говоря о скрытом воздействии, мы подразумеваем использование манипулятивных стратегий и тактик как специальных средств планирования и реализации речевого воздействия. Необходимо отличать языковое манипулирование от психологического, социального и других, поскольку в первом используются именно языковые средства создания прагматической окраски.

Т. ван Дейк рассматривает манипуляцию как совокупность социального, когнитивного, дискурсивного измерений (“a form of social power abuse, cognitive mind control and discursive interaction” [11]). Манипуляция как общественный феномен происходит между социальными группами. Когнитивная составляющая обусловлена стремлением управлять сознанием и поступками людей. Дискурсивно-семиотический характер манипуляции отражается в тексте, речи и других знаковых системах как инструментах воздействия. Отмечается, что манипуляция не может сводиться к одному из перечисленных измерений в силу своего междисциплинарного характера.

Известно, что манипуляция традиционно воспринимается как негативное явление. Такой подход, по мнению некоторых ученых, является неоправданно односторонним,

поскольку манипуляция может иметь и конструктивный характер, если конечная цель общения ориентирована на благо обеих сторон [12–14].

Например, в следующем отрывке манипулятивную стратегию второго коммуниканта (Хита) вообще трудно охарактеризовать как ориентированную исключительно на благо или зло.

“What you are suggesting is that I should bribe a government official. I have never been involved in that sort of thing in thirty years of business.”

“And I wouldn’t want you to start now”, replied Heath. “The Mexican is far too experienced in business etiquette for anything as clumsy as that to be suggested, but while the law requires that you appoint a Mexican agent, it must make sense to try and sign up the minister’s man, who in the end is the one person who can ensure that you will be awarded the contract.”

“But to part with nearly four million dollars to such an individual...”

“I agree with you, sir, but that is the way business is conducted here” [15].

Говорящий манипулирует стереотипом «так принято» (*the way business is conducted here*). В рекомендации назначить посредника в сделке, близкого к правительственным кругам, по сути, завуалирована просьба о взятке. Несмотря на то, что предлагается противозаконное действие, данный речевой шаг в контексте деловых потребностей партнера Хита приобретает (коммуникативно) конструктивный характер (в том смысле, что представляет результативный ход), поскольку это единственный способ исполнить его заветное желание – получить выгодный контракт. Сочетание компонентов *the law requires, make sense, the one person who can ensure, you will be awarded* создает прагматику «мягкой силы», которая осуществляет стратегию давления на объект манипуляции и поддерживает эту стратегию синергией тактик настойчивости и одновременно обещания успеха.

Наиболее часто стратегии делят на кооперативные и конфликтные. Можем ли мы отнести манипулятивную стратегию в данном примере к тому или иному классу? Она не конфликтна – ведь предлагается рациональный (в этих условиях) способ решения проблемы. Также она не кооперативна, поскольку Хит не настроен на компромисс. Манипулятивную стратегию можно охарактеризовать только как некий специфический тип воздействия, навязывающий действие/мнение вопреки желанию партнера и использующий особые рычаги, в данном случае – стереотипы, но партнер не подвергается намеренному обману. Таким образом, манипуляция является лишь инструментом влияния, а положительные или отрицательные характеристики она принимает в зависимости от цели коммуникации.

Того же мнения придерживается и немецкий специалист по деловому общению К. Бредемайер. Он видит манипуляцию скорее как искусное владение приемами словесной атаки и защиты посредством находчивых и остроумных высказываний, нередко нарушающих ход мыслей собеседника. Такой вид манипуляций он называет *черная риторика (blackrhetoric)*, используя слово *black* в значении «скрытый, тайный, покрытый мраком». По замыслу автора, черная риторика не обязательно имеет своей целью дискредитировать оппонента, а используется как совокупность речевых действий, обладающих высокой степенью экспрессии и нейтрализующих потенциально конфликтные реакции собеседника. Подобное речевое поведение обычно дает говорящему тактическое преимущество в общении. Например, быстрота реакции и большая выразительность, помогающая ему перехватить инициативу, характеризуется как *черная риторика* по принципу непредвиденности для оппонента. Скажем, на замечание «Вы всегда первым уходите домой!» можно ответить «Да, потому что я единственный, кто в рабочее время выполняет не только свою работу». Автор делает оговорку, что совокупность подобных приемов нейтральна, честными или нечестными они становятся в зависимости от цели их использования [16].

Похожее мнение характерно и для отечественной науки: «языковая система с равным успехом может быть использована как для прояснения истины, так и для ее сокрытия» [17]. Решающим фактором представляется интенция говорящего. Однако не всегда можно определить позитивный или негативный характер этой интенции.

Так, в следующем примере используется стратегия имплицитного речевого выражения.

Lazard Ltd. swung to a fourth-quarter loss as it struggled with a slump in advisory revenue and higher-than-expected compensation costs, despite slashing year-end bonuses. The firm on Monday called the fourth quarter “challenging” and said it cut discretionary bonuses by 20% for the year. But it said the first weeks of this year were promising [18].

Компания Lazard обтекаемыми формулировками пытается завуалировать свои потери (*higher-than-expected costs, challenging quarter*). Намерение представителя компании ни

кооперативно, ни конфликтно, оно состоит в формировании определенного образа в сознании читателя путем использования прагматически окрашенных выражений.

Результаты и выводы. Манипулятивные стратегии английского делового дискурса многочисленны. Объектом манипуляции могут служить репутация, стереотипы, акцент, имплицитность речевого выражения. Как показали примеры, манипулятивные стратегии необходимо выделять как отдельную разновидность стратегий, не собственно кооперативных или конфликтных. Сами по себе они не всегда носят негативный характер.

Разнообразие манипулятивных стратегий свидетельствует о коммуникативной «незащищенности» участников делового дискурса. Многочисленные каналы и «уязвимые места» сознания и речевой организации коммуникантов приводят к активному злоупотреблению методами речевого воздействия, невидимыми неподготовленному коммуниканту. В данном контексте естественной является необходимость распознавания как скрытого, так и открытого влияния, а также выработки соответствующих техник реагирования на него, а зачастую противостояния или его нейтрализации.

Примечания:

1. Берсенева О.Ю. Проблематика языковой картины мира и этнокультурные особенности репрезентации картины мира в «дискурсе успеха» (на материале русских и переводных американских текстов) // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2007. №10. С. 11–18.

2. Ворожбитова А.А. Дистанционная образовательная программа «Лингвориторика: деловой русский» для образовательной ступени повышения квалификации специалиста // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2007. №9. С. 159–168.

3. Тюников Ю.С., Ворожбитова А.А. Эффективный педагогический менеджмент: коммуникативная компетентность как профессиональный инструмент руководителя // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2004. №4. С. 196–202.

4. Vorozhbitova A.A., Potapenko S.I. Linguistic & rhetorical paradigm as innovative theoretical methodological platform of studying discursive processes of East Slavic and Western cultures // European Researcher. 2013. Vol.(61). № 10-2. p. 2536–2543.

5. Ворожбитова А.А. Лингвориторическая системность парадигматики, синтагматики, эпидигматики дискурсивных процессов в аспекте категорий «концепт дискурса», «ментальное пространство», «возможный мир», «вариативная интерпретация действительности» // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2013. №18. С. 50–55.

6. Ворожбитова А.А. Лингвориторика дискурсивных процессов литературно-художественной коммуникации: алгоритмы и перспективы исследовательских действий // Мир русского слова. 2013. №4. С. 15–20.

7. Ворожбитова А.А. Принципы проектирования системы лингвориторического образования и их реализация // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2007. №7. С. 167–179.

8. Иссерс О.С. «Продающие» тексты: как это делается в сельском туризме // Известия Сочинского государственного университета. 2013. № 1-2 (24). С. 162-166.

9. Астафурова Т.Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения: Лингвистический и дидактический аспекты: Дисс. ... д-ра пед. наук. М., 1997. 324 с.

10. Пономаренко Е.В. Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка): Монография. М.: МГИМО-Университет, 2010. 151 с.

11. Dijk T., van. Discourse and Manipulation // Discourse and Society. London: SAGE Publications, 2006. P. 359-383. P. 359.

12. Антонова А.В. Речевая манипуляция в предвыборном агитационном дискурсе Великобритании. М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2011. 364 с.

13. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: «ЧеРо», «Юрайт», 2000. 344 с.

14. Бредемайер К. Черная риторика: власть и магия слова. М.: Альпина Паблшерз, 2011. 182 с.

15. Archer J. A Matter of Principle // A Quiver Full of Arrows. London: Pan Books, 2003. P. 189-214. С. 56.
16. Бредемайер К. Черная риторика: власть и магия слова. М.: Альпина Паблишерз, 2011. 182 с.
17. Баранов А.Н. Что нас убеждает? (Речевое воздействие и общественное сознание). М.: Знание, 1990. 63 с. С. 56.
18. Lazard Swings to Fourth-Quarter Loss // The Wall Street Journal. 6 Feb. 2012. URL: <http://online.wsj.com/article/SB10001424052970204369404577206713056055238.html>

UDC 811.111

The Strategies of Covert Influence in English Business Discourse

Aleksandra V. Radyuk

Moscow State Institute of International Relations (University) at the Ministry of Foreign Affairs of Russia
119454 Moscow, Vernadskogo av., 76
Postgraduate student
E-mail: rad_al@bk.ru

Abstract. The article examines the essence of covert linguistic influence, that is, manipulation. The study is focused on emphasizing the special environment of manipulative strategies within English business discourse. The author concludes that manipulative strategies cannot always be characterised as a negative phenomenon.

Keywords: English business discourse, strategies and tactics, manipulation.