

ФИЛОЛОГИЯ*(специальность: 10.02.19)*

УДК 81

К.В. Лешневская*Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)**г. Ростов-на-Дону, Россия*

karina-shamraeva@mail.ru

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛИНГВОДЕМАГОГИЧЕСКИХ
КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ
В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ****[*Karina V. Leshnevskaya* Functioning of lingua-demagogic
communicative and speech strategies in economic discourse]**

Speech strategies of linguistic demagogy are mainly the object of study in works dealing with the problems of political and literary discourse. This article examines the specifics of the expression of demagogic speech strategies and tactics in the Russian economic discourse. The nature of the studied discourse is defined as a hybrid one. It includes the characteristics of economic, media and political discourses. The allocation of linguistic demagogic speech strategies and tactics is substantiated. The typology of linguistic demagogic strategies functioning in the economic discourse is presented. The article contains a generalization of theoretical knowledge on the problem of communicative speech strategies and tactics. The analysis of communicative speech strategies and tactics identified in the texts of the economic publications is presented.

Key words: speech activity, communicative speech strategy, communicative speech tactic, communicative action, linguistic demagogy, economic discourse, hybrid discourse.

На современном этапе развития лингвистики у многих исследователей научный интерес вызывает анализ функционирования разнообразных языковых явлений в дискурсивном аспекте; в целом, наблюдается тенденция перехода от изучения текста к изучению дискурса. Наиболее интересен для исследования дискурс гибридный, объединяющий в себе черты нескольких дискурсов. Так, в языкознании отмечается гибридность медийного дискурса (дискурса сети Интернет, электронных СМИ). Широкий смысл понятия «гибридность» предполагает соединение в одном образовании признаков и элементов нескольких предметов или явлений. Исследование данного феномена

с точки зрения языкознания возможно в рамках концепции взаимодействия дискурсов, или контаминации дискурсов, когда один дискурс включает в себя элементы другого, и наоборот. Исследователи выявляют, что гибридность текста (дискурса) не являются интертекстуальностью, когда диалогические отношения между текстами возникают на уровне «языковых выражений, коммуникативных систем и контекстов» [7, с. 53]; гибридность в данном случае указывает на формирование новых свойств за счет включения в них элементов разных текстов (дискурсов) [6, с. 53].

Гибридность как характеристика экономического дискурса обусловлена тем, что тексты, посвященные вопросам экономики, часто публикуются в электронных СМИ. Данная тенденция обуславливает появление в экономической коммуникации речевых стратегий и тактик, присущих медийному дискурсу. А в медийном дискурсе публикации на экономическую тему часто сопряжены с публикациями на общественно-политические, социально-политические темы, следовательно, экономический дискурс приобретает свойство гибридности, включая в себя элементы политического дискурса, в том числе и присущие данному типу дискурса стратегии и тактики коммуникации.

Поскольку дискурс во многих исследованиях напрямую связан с коммуникацией (например, Э. Бенвенист под дискурсом понимает «речь, присваиваемую говорящим» [1, с. 124], Т. ван Дейк рассматривает дискурс как «речевой поток» [3] и т.д.), часто дискурсивные явления и элементы рассматриваются в коммуникативном и прагматическом контексте, например, с точки зрения использования стратегий и тактик коммуникации. В лингвистических исследованиях представлены различные вопросы коммуникации в экономическом дискурсе, но реализация принципов лингвистической демагогии, свойственная политическому дискурсу, на данный момент не представлена. Это языковое явление изучается преимущественно на основе политического, художественного, бытового дискурсов.

Известно, что в основе коммуникации находятся мотивы, потребности и установки участников коммуникации. Межличностная коммуникация, как отмечают П. Браун и С. Левинсон, основывается на двух основных мотивах: 1) стремление говорящего создать положительный имидж; 2) сохранить свои интересы, уберечь эти интересы от посягательств [9]. В труде О.С. Иссерс упоминаются также такие мотивы, как: 1) желание быть эффективным; 2) необходи-

мость приспособиться к ситуации [4, с. 59]. В соответствии с данными мотивами определяется коммуникативный план, на который ориентируется говорящий при создании некоего высказывания, т.е. придерживается определенной, выработанной им под влиянием обстоятельств коммуникации, стратегии, или, как обозначают данное явление многие лингвисты, речевой стратегии.

Термин «речевая стратегия» в лингвистике интерпретируется по-разному. Употребляют термины «языковая / лингвистическая стратегия», «коммуникативная стратегия», «речевая стратегия»; такое разнообразие терминологии основывается на совмещении в речевой деятельности говорящего нескольких аспектов: собственно речевой деятельности, гносеологической, когнитивной, коммуникативной [8]. Однако термины «языковая стратегия» и «лингвистическая стратегия» полностью не описывают деятельность говорящего в коммуникации, опуская речевой и коммуникативный аспекты. На наш взгляд, все стороны речевой деятельности представлены в термине «коммуникативно-речевая стратегия», который полностью отображает ее сущность в условиях коммуникации. Коммуникативно-речевую стратегию (КРС) определяют следующим образом: «когнитивный план общения, посредством которого регулируется оптимальное решение коммуникативных задач отправителя сообщения» [4, с. 100]. В трудах Т. ван Дейка речевая стратегия характеризуется как свойство когнитивного плана, общая организация определенного алгоритма действий говорящего, причем основополагающими являются коммуникативные цели. Речевые стратегии позволяют адресанту высказывания достичь той или иной коммуникативной цели [3]. КРС – это определенная последовательность речевых действий, составленная в соответствии с коммуникативной целью говорящего, его интенциями, при этом данная последовательность напрямую влияет на выбор говорящим языковых единиц с точки зрения их семантики, прагматики и стилистики.

Наиболее ярко охарактеризовать КРС можно в контексте диалогической речи. Говорящий не может с точностью спрогнозировать вопрос, реакцию, высказывание собеседника, поэтому КРС, которой он придерживается, позволяет ему вести беседу в необходимом для достижения целей направлении. В формировании КРС учитываются факторы, влияющие на характер интенции адресанта высказывания: социальный контекст (общение личное, институциональное), личностный контекст (знания говорящего, его потребности, желания,

предпочтения, эмоции и т.п.) [3]. Кроме того, при выработке КРС важна тема передаваемой информации, коммуникативный эффект, к достижению которого стремится говорящий, а также отбор языковых средств, влияющих на получение необходимого коммуникативного эффекта [2]. Существует классификация КРС, выработанная Т. ван Дейком: 1) обобщение, 2) приведение примера; 3) поправка; 4) усиление; 5) очевидные уступки; 6) повтор; 7) контраст; 8) смягчение; 9) сдвиг; 10) уклонение [3, с. 272]. Данные КРС являются универсальными и отражают как позитивный, так и негативный аспекты коммуникации.

КРС кардинальным образом отличается от правил коммуникации: если последние не обладают гибкостью, то КРС должна быть гибкой, чтобы обеспечить эффективную коммуникацию. Гибкость КРС подразумевает обращение говорящего к нескольким тактикам, объединенных той или иной КРС. По определению О.С. Иссерс, речевая (коммуникативно-речевая) тактика (КРТ) – это «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [4, с. 110]. Соотношение КРС и КРТ определяется родо-видовыми отношениями. КРТ реализуются в речи посредством коммуникативных ходов (по Т. ван Дейку); данные элементы называют также коммуникативно-речевыми приемами (КРП) [8]. Спецификой КРС и КРТ является комплексное использование разнообразных языковых средств в рамках КРП. Именно на этом уровне могут быть интерпретированы высказывания, создаваемые субъектами речи, на основе чего может быть сделан вывод об особенностях КРТ, используемых для реализации определенной КРС.

КРС и КРТ, построенные на феномене лингвистической (языковой) демагогии, реализуют манипулятивную функцию. Демагогия, в аспекте лингвистического изучения, является видом речевого воздействия, основанного на применении «бездоказательной и/или преднамеренно искаженной информации, как правило, в манипулятивных целях» [5, с. 118-119]. Особенностью подачи информации при использовании лингвистической демагогии является представление субъективного мнения в виде категорического суждения, которое не нуждается в доказательстве; это позволяет говорящему воздействовать на формирование односторонней точки зрения у адресата высказывания. Лингвистические средства, которыми располагает лингвистическая демагогия (по Т.М. Николаевой) – это «универсальные высказывания», сформированные на основе плюрализма, т.е. выражения мнения большинства; скрытая генерализация; высказывания, от-

ражающие «норму», сформированную говорящим и представленную им как общепризнанную; помещение ассертивного компонента высказывания в пресуппозитивную часть; неопределенность при названии деятеля, представление множественной референтной группы (даже если речь идет об одном человеке); создание социума фантомообразного противника; мультипликация однократного поступка индивида, понимаемого как негативный; манипуляция лексической многозначностью [6]. Чаще всего демагогические КРС основаны на непрямом речевом воздействии, имплицитно представленной информации.

В экономическом дискурсе, рассматриваемом в данной статье, наиболее ярко особенности функционирования КРС и КРТ проявляются в текстах интервью. Данные интервью, публикуемые в периодических изданиях, посвященных экономике, функционируют на стыке нескольких типов институциональных дискурсов: экономического, медийного и политического. Экономический дискурс характеризуется своей точностью и ясностью, которые создаются путем использования терминов, конкретных существительных, лексем, обозначающих факты экономической жизни и т.д. В связи с этим можно предположить, что КРС, построенные на лингвистической демагогии, могут нарушать структурообразующие свойства данного дискурса. Однако во многом на причины использования в экономическом дискурсе КРС лингвистической демагогии влияет тот фактор, что экономический дискурс предполагает институциональный (формальный), статусно-ориентированный характер коммуникации, как и политический дискурс. В связи с чем в использовании средств лингводемагогии реализуются такие интенции и мотивы говорящего как предположение, что он не сможет выполнить действие, о котором упоминает; оценка действия как невыгодного либо неприятного; страх перед последствиями действия и т.д.) что влияет на включение в экономический дискурс лингводемагогических КРС.

Коммуникация в экономическом дискурсе, выражающаяся в форме интервью, опубликованном в периодическом издании, чаще всего предполагает кооперативное взаимодействие: говорящий, являющийся экспертом в экономической сфере, вступает в общение с интервьюером (журналистом), к которому не имеет неприязни, однако вынужден утаивать определенную информацию по описанным выше причинам. Поскольку его позиция в коммуникации чаще всего не является ведущей (он отвечает на задаваемые вопросы; направление беседы определяет интервьюер), говорящий прибегает к исполь-

зованию демагогической КРС. Поскольку тема интервью говорящему заранее известна, он может определить, какие именно КРТ могут быть использованы им во время беседы. Об успешности выбранных тактик могут говорить отсутствие дополнительных вопросов с намеком на утаивание информации, восприятие интервьюером информации как правдивой и т.д. Во многом данное условие успешности КРТ определяются степенью заинтересованности интервьюера в получении максимально достоверной информации. В ходе реализации КРТ говорящий может использовать широкий набор КРП в зависимости от реакции собеседника. Выбор определенного КРП диктует выбор того или иного языкового средства, ряд которых является стандартным или нестандартным для данной КРТ в зависимости от особенностей языковой личности говорящего, его интенций и т.д.

В экономическом дискурсе представлены разнообразные КРТ, построенные на принципах лингвистической демагогии. Например, на вопрос журналиста *Консультанты говорят, что вектор строительства складов будет смещаться в регионы. Где планирует строить объекты ваша компания?* [здесь и далее примеры из интернет-журнала «Эксперт»] интервьюируемый дает следующий ответ: *Конечно, будем строить в столичном регионе, хотя здесь конкуренция выше. Но все столичные компании боятся регионов, а у нас такого страха нет.* В данном случае применяется тактика скрытой генерализации (*все столичные компании боятся*) в совокупности с тактикой противопоставления себя множественной референтной группе (*все / у нас*), при которой происходит дискредитация конкурентов.

Такая же тактика противопоставления, которую осуществляет говорящий, группы людей, к которой он себя относит («свои»), множественной референтной группе «чужих», содержится и в высказывании *С нами почему-то посоветовались довольно поздно*, которое является ответом на вопрос *Изначально в редакции предполагалась возможность обойти мнение кредиторов через суд. Потом от этого отказались, а что было дальше? Почему никто не настоял?* Языковые средства, которые здесь используются – местоимение «мы» и глагол в форме 3 лица множественного числа, который предполагает употребление местоимения «они».

Нередко при ответе на тот или иной вопрос говорящий использует обороты со словосочетанием «если честно...», который вводит такую КРТ, как

тактика приближения партнера по коммуникации, когда говорящий создает видимость возможности быть честным только с данным человеком по неким личным причинам. Так, на вопрос *В СМИ появились сообщения, что в Минфине, в обстановке буквально секретной, готовится проект закона о новой накопительной пенсионной системе – добровольной.* <...> *Что здесь имеет смысл скрывать от общественности?* следует ответ Если честно, то мне сложно представить, что еще такого можно придумать страшнее, чем все так называемые реформы, которые уже были проведены или проводятся с пенсионной системой сейчас. Указанная КРТ совмещается с КРТ противопоставления «видимой» и «подлинной» реальности, воплощающейся посредством словосочетания с оценочной, экспрессивной лексикой *что можно придумать страшнее.*

В редких случаях в экономическом дискурсе говорящий использует такие КРТ, которые могут указать на негативное восприятие партнера по коммуникации (в данном случае интервьюера) и эксплицитное или имплицитное указание на восприятие подобного характера. Так, в следующем вопросно-ответном комплексе интервьюируемый, применяя КРП использования встречного вопроса в качестве ответа, обращается к КРТ дискредитации партнера по коммуникации: *В: Что является приоритетом для правительства – улучшение абстрактных показателей или повышение реальных доходов населения? Какое дело людям до роста ВВП, если это не позволяет им купить новый компьютер, автомобиль, съездить в отпуск? – О.: А почему вы противопоставляете эти вещи? <...> Не надо смешивать два понятия – зарплату и доходы. В этом случае применяется такое языковое средство, как риторический вопрос, где имплицитно выражается «мнимая» истина: «Нельзя сравнивать зарплату и доходы населения».*

КРТ имплицитной дискредитации партнера по коммуникации используется и в ответе на вопрос в следующем вопросно-ответном комплексе: *В.: <...> Разные аналитики, в равной степени уважаемые, видят будущее российской экономики очень по-разному. С чем связан такой «плюрализм»? – О.: Воспринимать какие угодно прогнозы как истину в любой инстанции совершенно неправильно! Ни один аналитик, если он не бабка-гадалка, не может предсказать, что с ним самим будет через пять часов <...>.* Указанная КРТ воплощается посредством оценочной лексической единицы, которая относится к действию другого участника коммуникации (*неправильно*), к тому

же оценка усиливается (*совершенно неправильно*). Оценочная лексика включена в высказывание, носящее экспрессивный характер. КРТ приближения партнера по коммуникации воплощается в использовании разговорной и просторечной лексики (*бабка-гадалка*), которая свойственна не формальному общению, происходящему в данной ситуации, а общению бытовому.

Таким образом, в экономическом дискурсе проявляются определенные КРС и КРТ, построенные на принципах лингвистической демагогии: КРТ противопоставления говорящим себя множественной референтной группе в целях самопохвалы, создания положительного образа себя и группы людей, которых он маркирует как «свои», а также две противоположные тактики – КРТ приближения партнера по коммуникации и КРТ дискредитации партнера по коммуникации. Указанные КРТ реализуются в речи посредством использования оценочной лексики, употребления местоимений, связанных дихотомическими отношениями «мы / они», включения в высказывание разговорной лексики, использования риторических вопросов, высказываний, характеризующихся экспрессивностью.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Бенвенист Э.* Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.
2. *Гончарова Е.А.* Персуазивность и способы ее языковой реализации в дискурсе рекламы // *Studia linguistica*. Вып. 10. СПб.: Изд-во РГПУ, 2000. С.120–130.
3. *Дейк ван Т.* Когнитивные и речевые стратегии выражения этнических предубеждений // *Язык. Познание. Коммуникация*. Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
4. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: КомКнига, 2006. 288 с.
5. *Копнина Г.А.* Демагогия // *Эффективное речевое общение (Базовые компетенции)*. Словарь-справочник / Под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск: Изд-во СФУ, 2014. С. 118–119.
6. *Николаева Т.М.* Лингвистическая демагогия // *Прагматика и проблемы интенциональности* / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. М.: АН СССР, 1988. С. 154–165.

7. Соколова О.В. Гибридные тексты как форма взаимодействия авангардного художественного и политического дискурсов // Слово.ру: балтийский акцент. 2020. Т. 11. №. 1. С. 50–86.
8. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. 136 с.
9. Brown P., Levinson S.C. Politeness. Some Universals in Language Usage. Cambridge University Press, 1987. 358 p.

R E F E R E N C E S

1. Benveniste E. General linguistics. Moscow: Progress, 1974. 448 p.
2. Goncharova E.A. Persuasiveness and ways of its linguistic implementation in the discourse of advertising // Studia linguistica. Issue 10. SPb.: Publishing house of the Russian State Pedagogical University, 2000. Pp. 120–130.
3. Dyck van T. Cognitive and speech strategies of expression ethnic prejudices // Language. Cognition. Communication. Blagoveshchensk: I.A. Baudouin de Courtenay, 2000. 308 p.
4. Issers O.S. Communicative strategies and tactics of Russian speech. M.: KomKniga, 2006. 288 p.
5. Kopnina G.A. Demagoguery // Effective speech communication (Basic competence). Reference dictionary / ed. A.P. Skovorodnikov. Krasnoyarsk: Publishing house of the Siberian Federal University, 2014. P. 118–119.
6. Nikolaeva T.M. Linguistic demagoguery // Pragmatics and problems of intensity / Ed. N.D. Arutyunov. M.: AN USSR, 1988. P. 154–165.
7. Sokolova O.V. Hybrid texts as a form of interaction avant-garde artistic and political discourses // Slovo.ru: Baltic accent. 2020. Vol. 11. No. 1. P. 50–86.
8. Chernyavskaya V.E. Discourse of power and the power of discourse: problems of speech impact. Moscow: Flinta: Nauka, 2006. 136 p.
9. Brown P., Levinson S.C. Politeness. Some Universals in Language Usage. Cambridge University Press, 1987. 358 p.

26 марта 2021 г.