

## **ПОХВАЛА КАК ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ**

Современная лингвистика характеризуется расширением традиционного объекта исследования: ее фокус смещен в область речевой деятельности, изучения речевых процессов и динамики речевого поведения индивидов в социальной среде. "Системный характер речи коррелирует не только с системной организацией языка, но и с организующей и регулирующей функцией потребностей человеческой жизнедеятельности, поэтому речь в данном понимании – не только деятельность языка, она есть явление социального, культурного и другого взаимодействия говорящих на одном языке" [12, с. 24]. Все это определяет **актуальность** исследования. **Целью** данной статьи является изучение речевого акта похвалы как целенаправленного речевого воздействия.

Поскольку коммуникация является деятельностным процессом взаимосвязи реальности и человеческого познания, изучение закономерностей речевого общения сближает лингвистику с другими научными дисциплинами, анализирующими человеческое поведение, позволяя использовать понятийные и методологические схемы, разработанные в философии, политологии, психологии, социологии, когнитологии и других науках о человеке в рамках "системно-деятельностной" [5, 7, 16] парадигмы научного познания.

С философской точки зрения, общение - это сложнейшее переплетение отношений общающихся людей между собой, их отношения к совместной деятельности и ее результатам, к самим себе и одновременно яркий показатель умения общающихся понять и объективно оценить друг друга [1, с. 6]. Средства коммуникации, которыми пользуются общающиеся для воздействия на собеседника, обмена идеями, информацией или выражения эмоций, общественны по своему происхождению и индивидуальны по употреблению, они отражают сложный лингвопсихоментальный процесс взаимодействия сознаний адресанта и адресата, погруженных в определенное бытие, культуру.

Утверждение общественной природы общения - базисный принцип его изучения не только в философии, но и социологии, психологии, культурологии, лингвистике и других науках о человеке. Проблема соотношения социальных и лингвистических параметров общения - одна из наиболее сложных в языкознании. Лингвистические разработки по проблемам межличностных отношений, взаимосвязи вербальных и невербальных компонентов общения, процессов речевого воздействия и восприятия требуют учета социальных параметров общения, например: типа коммуникативной ситуации, статусных, ролевых и позиционных характеристик коммуникантов, влияния этикетных и культурных норм, традиций и т.п.

В теории речевой коммуникации как одном из направлений современной лингвистики в настоящее время утвердилось положение о том, что в каждом акте речевого общения можно увидеть процесс достижения некоторой неречевой цели,

которая в итоге соотносится с регуляцией деятельности собеседника. Поэтому любой акт речевого общения рассматривается в аспекте его целенаправленности и целеобусловленности, а процесс речевого воздействия определяется как «регуляция деятельности одного человека другим человеком при помощи речи» [17, с. 5].

Концептуальными основами лингвистики речевого воздействия являются исследования в области психолингвистики А.А. Леонтьева, основная мысль которых заключается в том, что речевое воздействие есть преднамеренная перестройка смысловой сферы личности [18, 3, 6]. Определение «речевое» может касаться различных форм рассматриваемого явления – как внешней речи (устной или письменной), так и внутренней, связанной с автокоммуникацией. Различаются монологическое речевое воздействие в качестве формы влияния на другого человека или группы людей и диалогическое речевое воздействие в качестве формы побуждения к общению другого человека в роли коммуниканта как «значимого другого» [9] – носителя знаний, ценностей и некоей уникальной картины (образа) мира. В связи с этим речевое воздействие включает возможность перестройки не только сознания другого человека, но и собственного сознания адресанта [9].

Результатом речевого воздействия могут являться изменения:

- поведения субъекта реципиента,
- его эмоционального состояния,
- его знаний о мире,
- его отношения к тем или иным событиям или реалиям этого мира.

Иначе говоря, эффект речевого воздействия проявляется в изменении личностного смысла реципиента, и в широком смысле речевое воздействие определяется изменениями индивидуального сознания, или с изменениями имплицитной картины мира, образа мира субъекта [9].

Важно отметить, что представления о сущности процесса речевого воздействия, сформулированные в рамках теории речевой коммуникации, можно соотнести с представлениями о сущности речевых актов, сформулированными авторами теории речевых актов [20].

Каждый речевой акт является трехуровневым образованием, составляющими которого являются локуция (построение фонетически и грамматически правильного высказывания с определенным смыслом и референцией), иллокуция (предоставление высказыванию необходимой коммуникативной направленности) и перлокуция (воздействие на сознание или поведение человека). Поэтому перлокуцию невозможно рассматривать отдельно от других составляющих речевого акта. Перлокуция – это речевое воздействие, которое осуществляется говорящим на чувства, мысли, действия собеседника. Перлокутивный аспект речевого акта – это внешняя цель высказывания, его направленность на воздействие, на посткоммуникативный эффект, т.е. он может характеризоваться в эпистемических измерениях, поскольку приводит к прямым или косвенным изменениям в сознании адресата и оценивается на основе тех последствий, которые он вызывает [11, с. 61]. Перлокуция может трактоваться как любая реакция на высказывание адресата (положительная или отрицательная), что приводит к коммуникативному сотрудничеству или конфликту. Смысловое наполнение перлокуции также рассматривается двояко: как изменение психического состояния или изменение в

его сознании и поведении, соответствующие иллокуции или независимые от нее [13, с. 459].

Особенностью речевых актов является то, что не каждый иллокутивный акт имеет связанную с ним перлокутивную цель. Хотя очевидным является тот факт, что если человек говорит или совершает определенные действия по отношению к другому человеку, он делает это с целью каким-то образом воздействовать на коммуникативного партнера.

Последователь Дж. Серля С. Девис [19, с. 45], развивая теорию речевых актов, показал, что перлокуция – сложное понятие, которое состоит, по крайней мере, из двух компонентов:

1. перлокутивного воздействия (цели), которая находится в смысле нашего сообщения и, поэтому, может иметь различные формы речевого выражения;
2. перлокутивного действия (эффекта), которое является свидетелем достижения наших целей общения и находится за пределами высказывания.

Перлокутивная цель – намерение говорящего вызвать определенное речевое и неречевое поведение адресата с помощью речевых средств. В случае речевого акта похвалы (далее РАП) его перлокутивная цель состоит в том, чтобы выразить одобрение, положительную оценку адресата, его качеств и/или деятельности.

Данная цель достигается **разными способами**:

- очным способом, когда РАП направлен непосредственно на объект положительной оценки или продуцируется в его присутствии;
- заочным способом, когда РАП продуцируется в отсутствие объекта положительной оценки.

Степень **интенсивности** перлокутивной цели похвалы зависит от двух факторов: интенсивности условий искренности и интенсивности, связанной со способом достижения цели. Поэтому интенсивность перлокутивной цели будет совпадать с интенсивностью условий искренности.

Некоторые иллокутивные силы накладывают ограничения на пропозициональное содержание. Эти ограничения называют **условиями пропозиционального содержания** данных иллокутивных сил [15, с. 258]. ”Пропозиция как единица репрезентации понимается как своеобразная ментальная структура, отражение некоторой ситуации и типов отношений в ней, обобщаемых и организуемых в нашем сознании” [8, с. 84]. При этом пропозиции имеют свои свойства. Во-первых, каждая пропозиция репрезентирует некоторое положение дел и имеет истинностное значение. Понимать пропозицию – значит знать ее условия истинности, т.е. знать какие положения дел должны иметь место, чтобы она была истинной. В случае похвалы основным условием пропозиционального содержания является то, что мотив РАП всегда определяется **коммуникативной ситуацией сотрудничества** [4, с. 63], когда говорящий выражает позитивную оценку адресата и его деятельности, стремясь создать или поддержать неантагонистические отношения между участниками акта коммуникации.

Второе важное условие пропозиционального содержания заключается в том, что пропозиция является содержанием иллокутивного акта. В этом смысле содержанием РАП является выражение одобрения качествам, поступкам или деятельности индивида.

**Предварительное условие**, связанное с пропозициональным содержанием высказывания, состоит в том, что говорящий способен реализовать линию действий, репрезентируемую пропозициональным содержанием. В случае РАП предварительное условие заключается в том, что оцениваемое положение дел действительно заслуживает похвалы.

Чтобы определить **условия искренности**, необходимо выяснить, какое психологическое состояние выражает говорящий. В случае РАП условие искренности заключается в том, что говорящий доволен существующим положением дел: если говорящий произносит похвалу адресату, то это означает, что он выражает искреннее одобрение его деятельности и уверенность в том, что выражаемая положительная оценка заслужена и объективна.

**Интенсивность условий искренности** выражаемой похвалы может быть большей или меньшей в зависимости от психологического состояния говорящего, которое определяет соответствующую степень иллокутивной силы высказывания. Осуществляя данное речевое действие, говорящий помимо иллокуции похвалы может выражать также уважение, симпатию, любовь, привязанность, наслаждение, удовольствие и другие "позитивные" чувства. Эти дополнительные со-значения усиливают эффект похвалы как оценочного высказывания и силу его воздействия на адресата, который соответствующим образом "интерпретирует полученную информацию и тем самым модифицирует свой внутренний мир" [2, с. 16].

Интенсивность иллокутивной цели совпадает с интенсивностью условий искренности, иначе говоря, интенсивность с которой выражается психологическое состояние иллокутивного акта похвалы, не может быть выше интенсивности его иллокутивной цели (т.е. преувеличенная похвала не будет отвечать условию искренности).

Перлокутивный эффект – следствие достижения/или недостижения наших целей общения, которое лежит за пределами собственно высказывания. Перлокутивный эффект как результат речевого воздействия остается понятием психологическим, но он проявляется в дальнейшем поведении индивида, как речевом так и неречевом, и может выражаться лингвистическими и невербальными средствами.

Некоторые лингвисты считают, что изучение перлокутивных эффектов не принадлежит сфере лингвистики [14, с. 171]. С позиций современного языкознания с этой точкой зрения трудно согласиться.

Перлокуция – это то, ради чего собственно и происходит общение. Перлокутивные эффекты подразделяются на два класса: положительные, или прямые, и отрицательные, или обратные [10, с. 68]. Положительные перлокутивные эффекты логически завершают речевые акты, а отрицательные – сводят их на нет. Особенностью РАП как перлокутивного акта является то, что его перлокутивный эффект не всегда однозначно прогнозируем. Точно предсказать, каков будет результат похвалы, не всегда возможно, так как ситуация – особенно в случаях косвенной похвалы – включает множество дополнительных моментов, влияющих на перлокутивный эффект и обуславливающих значительное разнообразие и непредсказуемость ответных реплик. Тем не менее, искреннее признание достоинств

редко вызывает возражение, поэтому наиболее типичной и предсказуемой реакцией на похвалу является **принятие**.

Этот перлокутивный эффект может иметь различные манифестации:

- а) принятие похвалы с благодарностью;
- б) принятие похвалы с ответной похвалой;
- в) принятие с "эскалацией" похвалы;
- г) подтверждение лестного мнения собеседника об объекте положительной оценки (обычно в случаях косвенной похвалы);
- д) приятное удивление;
- е) хвастовство, бахвальство. В некоторых случаях похвала может "вскружить голову" адресату, провоцируя его на хвастовство.

**Неприятие** похвалы может приобретать следующие формы:

- а) отрицание, возмущение.

Отрицательный перлокутивный эффект может усиливаться в случае существования значительной вертикальной дистанции между собеседниками: отвечая на похвалу в свой адрес уничижительной репликой, вышестоящий говорящий как бы подчеркивает свое доминирующее положение над адресатом.

- б) обида.

- в) понижение положительной оценки в свой адрес самим адресатом – "девальвация" похвалы.

Подобного рода случаи свидетельствует о том, что иллокутивная цель РАП - оказать положительное эмоциональное воздействие на собеседника - достигается не всегда и, соответственно, не всегда перлокутивный эффект состоит в позитивном изменении эмоционального состояния адресата. В некоторых случаях похвальное мнение об объекте оценки высказывается адресатом без выражения эмоционального отношения к нему. Подобные высказывания рассчитаны на то, чтобы заставить адресата поддержать мнение говорящего, подтвердить высказанную им положительную оценку: их перлокутивный эффект – это согласие с высказанным мнением. Можно предположить, что в таких РАП действуют два типа иллокутивных сил: основная сила, направленная на сообщение информации (положительной оценки), и второстепенная сила, направленная на изменение эмоционального состояния адресата. Очевидно, что граница между двумя иллокутивными силами является аморфной и они часто совмещаются при сохранении, однако, доминантной роли первой.

Можно заключить, таким образом, что цель того или иного типа иллокутивного акта - это замысел, внутренне присущий ему как акту данного типа. Как было сказано выше, иллокутивная цель речевого акта похвалы состоит в том, чтобы выразить позитивное отношение говорящего к объекту оценки – личности адресата, его деятельности и т.п. Произнося похвалу, адресант искренне выражает положительное отношение к собеседнику, тем самым, воздействуя на него. Это - комплексное воздействие на эмоциональную и рациональную сферы партнера, его знания и поведение. Похвала – одно из эффективных речевых воздействий, к которым прибегают представители англоязычных этнокультур для выражения одобрения и положительной оценки.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. - М.: Изд-во Московск. ун-та, 1982. – 200 с.
2. Демьянков В.З. Специальные теории интерпретации в вычислительной лингвистике. - М.: Наука, 1988. – 86 с.
3. Дридзе Т.М. Язык и социальная психология. – М.: Наука, 1988. – 344 с.
4. Ключко Л.И. К проблеме моделирования речевого акта похвалы. – Харьков: Константа – 2000. – С. 58-66.
5. Леонтьев А.Н. Общее понятие о деятельности // Основы теории речевой деятельности. - М., 1974. – 253 с.
6. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. - М.: УРСС, 2003. – 216 с.
7. Марков Ю.Г. Функциональный подход в современном научном познании. – Новосибирск: Наука, 1982. – 168 с.
8. Панкрац Ю.Г. Пропозициональная форма представления знаний // Язык и структуры представления знаний: Сб. научно – аналитических обзоров. – М.: Мысль, 1992. - С. 78-97.
9. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – Смоленск: СГУ, 1997. – 400 с.
10. Почепцов О.Г. Основы прагматического описания предложения. – К.: Вища школа, 1986. – 116 с.
11. Приходько А.И. Семантика и прагматика оценки в современном английском языке. – Запорожье: Запорожский государственный университет, 2004. – 321 с.
12. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: Фитосоциоцентр, 2002. – 237 с.
13. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с.
14. Серль Дж.Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. - М.: Прогресс, 1986. - Вып.17. - С. 170-194.
15. Серль Дж.Р., Вандервекен Д. Основные понятия исчисления речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике. - М.: Прогресс, 1986. - Вып. 18. - С. 242-262.
16. Сидоров Е.В. Проблемы речевой системности. - М.: Наука, 1987. – 140 с.
17. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1998. – С. 5-18.
18. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М.: Высшая школа, 1983. – 198 с.
19. Davis S. Perlocution //Speech Act Theory and Pragmatics. – Dordrecht: Reidel Publishing Co., 1980. – Vol. 10. – P. 37-57.
20. Searle J.R. Speech acts. An essay in the philosophy of language. – Cambridge: CUP, 1969. – 234 p.