

Филология

УДК 808.56

А.В. ГРИЦАЕНКО

(alina.gritsaenko@yandex.ru)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

НЕТРИВИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ НАМЕРЕНИЯ В ХОДЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ (на материале произведений Б. Акунина)*

Проводится анализ нетривиальных коммуникативных интенций, возникающих в ходе использования психологических аргументов в произведениях Бориса Акунина «Азазель» и «Статский советник». Выявляются причины, по которым герои произведения перекодируют целевую заданность «аргумента к жалости», «довода к кошельку», «аргумента к тицеславию», «тикапа», «ставки на ложный стыд». Раскрывается суть психологической аргументации, а также определяется их специфическое использование персонажами.

Ключевые слова: диалог, директивная интенция, коммуникативное намерение, психологический аргумент, риторика.

Рассматривая современное коммуникативное пространство, следует отметить возрастающую значимость диалогического общения. Диалог, как справедливо отмечает Т.Н. Колокольцева, активно изучается в ряде научных дисциплин (лингвистика, риторика, психология) [16]. Однако не всякую коммуникацию можно считать диалогом. В основе диалога, прежде всего, лежит обоюдное понимание интенций коммуникантов [15].

Под коммуникативным намерением, или интенцией, принято понимать «конкретную цель высказывания говорящего, т. е. спрашивает ли он, или утверждает, или призывает, осуждает или одобряет...» [7, с. 72]. Данный термин появился в современной лингвистике благодаря работам последователей Дж. Остина, одного из создателей теории речевых актов. Большой вклад в изучение коммуникативного намерения был внесен такими учеными, как Н.Д. Арутюнова, О.С. Ахманова, Ю.Н. Антонова [3, 4, 6]. В настоящее время данное языковое явление изучается всесторонне, а многообразие дефиниций объясняется акцентированием внимания на его различные аспекты. Так, по определению философа Г. Грайса, интенция представляет собой намерение говорящего сообщить что-то, передать в высказывании определенное субъективное значение [11]. Отечественные лингвисты, в свою очередь, понимают интенцию как мотивацию речевого акта [22], осмысленное намерение говорящего, определяющее коммуникативную стратегию и являющееся основным структурным признаком сознания и любого его акта [21]. М.А. Гуляева предлагает определять интенцию как «намерение осуществить речевой акт, не отождествляя ее с целью коммуникации как таковой» [12, с. 60].

Классификация интенций по коммуникативной цели восходит к типологии речевых актов Дж. Серля, в которой речевые акты подразделяются на репрезентативы, комиссивы, декларативы и экспрессивы [19]. На основе данной типологии многие современные исследователи (В.Б. Кашкин, Е.И. Беляева) выявили основные типы коммуникативных интенций: информативная, директивная, комиссивная, декларативная, экспрессивная. В данной классификации наибольшее значение для нашего исследования имеет директивная коммуникативная интенция – «стремление одного из коммуникантов оказать на собеседника, адресата, такое воздействие, которое могло бы побудить последнего совершить определенные действия, исполнения которого первый из коммуникантов, отправитель желает по тем или иным причинам» [8, с. 15].

Коммуникативные намерения являются частью субъективного факта аргументации, их принято рассматривать в качестве иллюкативных сил аргументатора и адресата. Теории аргументации посвя-

* Работа выполнена под руководством Шацкой М.Ф., доктора филологических наук, профессора кафедры русского языка и методики его преподавания ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

щены труды И.Б. Голуб, А.А. Ивина, Ю.В. Ивлева, В.П. Москвина и др. [10, 13, 14, 18]. В их работах мы находим различные определения данного термина, в качестве рабочего выбрали понимание его как логического процесса, «в ходе которого истинность какого-либо положения выводится из истинности аргумента» [10, с. 73]. Особо важным инструментом процесса аргументации является аргумент – релятивная речевая единица. Ю.В. Ивлев определяет аргумент как знания и фактические данные, используемые при обосновании тезиса [14]. В.Ф. Асмус – как «положения, на которые опирается доказательство» [5, с. 19]. Вслед за А.А. Волковым мы будем понимать аргумент как высказывание или его фрагмент, который содержит в себе уже обоснованную (т. е. сведенную к приемлемой) мысль или обоснованный поступок, действие, приемлемость в обществе которых подвергается сомнению [9].

Традиционным для риторики является разделение аргументов на логические (в древние времена их было принято называть «аргументы к делу») и психологические («аргументы к человеку»), причем вне-логические способы воздействия используются довольно широко. В.П. Москвин в своих работах отмечает, что убеждающая речь апеллирует не только к разуму, логике, но и к эмоциям, чувствам и волеизъявлению говорящего [18]. Здесь следует вспомнить высказывание великого оратора Бернара Лами, который полагал, что для убеждения оппонента «одного разума недостаточно, здесь нужна еще и ловкость», необходимо «изучить настроение и склонности этого человека и попытаться почувствовать их» [17, с. 253, 274].

В данном исследовании нами была предпринята попытка выявления и анализа нетривиальных коммуникативных намерений в ходе использования психологических аргументов. Материалом исследования послужили детективные романы Б. Акунина «Азазель» и «Статский советник».

Актуальность нашего исследования определяется недостаточностью изучения проблемы внедрения аргументов в художественный текст, а также необходимостью дальнейшего изучения структурно-смысловых и прагматических параметров инструментов аргументации.

Как известно, каждый психологический довод употребляется с определенной целью, или намерением. Однако в различных ситуациях интенция может изменяться, довод начинает функционировать в несвойственном ему статусе, т. е. в ходе общения проявляется нетривиальная коммуникативная интенция. Рассмотрим наиболее нетипичные случаи возникновения такого речевого намерения в результате косвенной вербальной и невербальной организации психологических аргументов.

«Аргумент к тщеславию» обычно подразумевает использование лести в надежде, что оппонент «станет мягче и покладистее» [13, с. 183] и, соответственно, примет тезис адресанта. Однако в произведении «Азазель» встречаем необычное использование этого приема: «– *И не нужно никакого пароля. Вздор и детские забавы. Что ж, русский русского не распознает? Да мне довольно в глазки ваши ясные посмотреть (Порфирий Мартынович придвинулся вплотную), и я вижу все, как на ладони. Юноша чистый, смелый, благородных устремлений и патриот отечества. А как же, у нас в заведении других не держат*» [1, с. 127]. Как видим, цель говорящего – «затуманить» разум собеседника, ослабить его внимание. При этом не следует упускать из внимания тот факт, что языку Порфирия Петровича свойственна некая витиеватость, и чаще всего его выступления носят бессодержательный характер.

«Аргумент к жалости» способствует возбуждению «в другой стороне жалости и сочувствия» [13, с. 184]. Это достигается как вербальными методами (увещеваниями), так и невербальными (слезы, обмороки). В детективном романе «Азазель» находим следующее:

– *Про бювар это в каком смысле?* – спросил он.

<...>

– *Никакого бювара при нем не было. Да чего вы хотите, не в себе человек. Может, собирался что-то такое сделать, да передумал или забыл. По всему видать, взбалмошный был господин* [1, с. 16].

В данном отрывке пробуждение сочувствия к погибшему используется скорее для того, чтобы скрыть собственную неосведомленность в изучаемом Фандориным деле.

«Пикап» – это теория и практика быстрого соблазнения. Его суть – «охота» на представительниц женского пола [20]. В романе «Азазель» Амалия Бежецкая соблазняет неопытного как в следственных делах, так и в отношениях с дамами Фандорина:

Она уронила руку, и пеньюар сполз с округлого плеча, такого белого, что Эраст Петрович сглотнул.

– Смелый, задиристый дурачок, – сказала она все так же негромко и посмотрела прямо в глаза. – и очень, очень хорошенький. <...> Не бойтесь, глупенький. Какой вы румяный. Можно потрогать? <...> Горячий... Что же мне с вами делать? [1, с. 117].

Основным маркером «пикапа» здесь является невербальное поведение: прикосновения, резкое сокращение дистанции. Цель использования «пикапа» – сбить коллежского регистратора с толку, завладеть его оружием.

«Довод к кошельку» состоит в «увязывании защищаемого тезиса с теми или иными материальными интересами оппонента» [18, с. 31]. Обычно этот аргумент используется при попытке подкупа «человека» либо его способностей. Воздействие подобного аргумента заключается в следующем: осознание личной заинтересованности в решении проблемы повышает интерес собеседников. Так, на вопрос слушателя: «Зачем это мне?», ответом оратора может быть: «Денежное подкрепление». Однако в романе «Азазель» наблюдаем совершенно иное использование данного приема:

– Где он живет? То есть жил...

– Квартира из восьми комнат в новом доме на Остоженке, и прешикарная, – охотно стал делиться впечатлениями Иван Прокофьевич. – от отца унаследовал собственный дом в Замоскворечье, целую усадьбу со службами, однако жить там не пожелал, переехал подальше от купечества.

– И что, там кожаного бюара тоже не нашлось?

– Что ж мы, обыск, по-вашему, устроить должны были? Я вам говорю, там такая квартира, что боязно агентов по комнатам пускать – как бы их бес не попутал [1, с. 16].

Помощник пристава, ссылаясь на богатое убранство квартиры, уходит от прямого выполнения своих обязанностей: обыска квартиры.

Часто софист пользуется одной из главных человеческих слабостей – боязнью «уронить себя в глазах» противника, поэтому прибегает к уловке «ставка на ложный стыд». Обычно полемисты приводят недоказанную или ложную информацию и подкрепляют фразой: «Неужели вы этого не знаете?». Рассмотрим пример: «– Да ведь она в меня стреляла! – вновь развернулся подполковник, недоверчиво уставившись на чиновника особых поручений. – В должностное лицо! Находящееся при исполнении!» [2, с. 71]. Здесь не наблюдается явного использования ставки на ложный стыд, однако если мы вспомним, что начальник Московского охранного отделения Бурляев попал на квартиру в штатском, соответственно, никто и не мог догадываться о его звании подполковника.

В результате проведенного многоаспектного исследования мы выяснили, что «аргумент к жалости» и «довод к кошельку» имеют общие нетривиальные коммуникативные намерения: в обоих случаях участники речевого взаимодействия используют психологические аргументы с целью сокрытия собственных промахов и оплошностей. Причины использования схожи: коммуниканты пытались уклониться от выполнения своих обязанностей.

«Аргумент к тщеславию» и «пикап» также имеют схожие нетривиальные интенции: герои романа «Азазель» прибегают к ним, пытаясь сбить собеседников с толку, ослабить их внимание. Однако здесь следует описать причины, подтолкнувшие людей к использованию данных аргументов. В первом случае «аргумент к тщеславию» применялся лишь для того, чтобы ослабить внимание, тогда как «пикап» подразумевал еще и обман: перехват огнестрельного оружия с последующим нападением.

Использование приема «ставка на ложный стыд» имеет свою специфику коммуникативного намерения. Обычно данный прием подразумевает выдачу несуществующих фактов за реальные явления действительности с последующей фразой: «Неужели Вы такого не знаете? Я был лучшего мнения о Вас». В детективном романе «Статский советник» «ставка на ложный стыд» неразрывно связана с уловкой «ссылка на социальное положение», что дает возможность говорить о переносе интенции второго довода на первый.

Литература

1. Акунин Б. Азазель. М.: Захаров, 2005.
2. Акунин Б. Статский Советник. М.: Захаров, 2005.
3. Антонова Ю.Н. Интенция говорящего в аспекте коммуникативно-целевой семантики: дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2006.
4. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. М.: Наука, 1988.
5. Асмус В.Ф. Учение логики о доказательстве и опровержении. М.: Госполитиздат, 1954.
6. Ахманова О.С. О психолингвистике. М.: Изд-во Москов. ун-та, 1957.
7. Баукина С.А. Языковая реализация коммуникативного намерения в деловом общении (на примере немецкого языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 6-2(72). С. 72–74.
8. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения. Английский язык. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1992.
9. Волков А.А. Курс русской риторики. М.: Инфра-М, 2016.
10. Голуб И.Б., Неклюдов В.Д. Русская риторика и культура речи. М.: Логос, 2012.
11. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217–237.
12. Гуляева М.А. Виды отказа от общения как коммуникативного акта // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Филологические науки. 2012. № 11(75). С. 59–62.
13. Ивин А.А. Риторика: искусство убеждать. М.: Гранд: Фаир-пресс, 2002.
14. Ивлев Ю.В. Теория и практика аргументации. М.: Проспект, 2011.
15. Ковина Т.П. Реализация коммуникативной интенции в функционально-смысловом типе речи // Автомобиле- и тракторостроение в России: приоритеты развития и подготовка кадров: материалы Междунар. науч.-технич. конф. ААИ. М.: МГТУ «МАМИ», 2010. С. 411–413.
16. Колокольцева Т.Н. Культура диалогического общения (реплики-реакции в диалоге) // Электрон. науч.-образоват. журнал ВГПУ «Грани Познания». 2009. № 1(2). [Электронный ресурс]. URL: http://grani.vspu.ru/files/publics/26_pub.pdf (дата обращения: 03.03.19).
17. Лами Б. Риторика, или искусство речи // Пастернак Е.Л. «Риторика» Лами в истории французской филологии. М.: Яз. славян. культуры, 2002.
18. Москвин В.П. Аргументативная риторика. Волгоград: Перемена, 2004.
19. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов / пер. с англ. И.М. Кобозевой и В.З. Демьянкова. М.: Прогресс, 1986.
20. Орлова Н.Н. Риторика. М.: РГУ им. Косыгина, 2017.
21. Селиванова Е.Е. Актуальные направления современной лингвистики. К.: Изд-во Украин. филосоциол. центра, 1999.
22. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: Высшая школа, 1989.

ALINA GRITSAENKO

Volgograd State Socio-Pedagogical University

NONTRIVIAL COMMUNICATIVE INTENTIONS DURING THE USAGE OF PSYCHOLOGICAL ARGUMENTATION (based on the works by Boris Akunin)

The article deals with the analysis of nontrivial communicative intentions arising in the course of using psychological arguments in the works of Boris Akunin "Azazel" and "State Counselor". There are distinguished the reasons why the characters recode the target predetermination of "the argument to complaints", "the argument to a purse", "the argument to vanity", "pickup", "false shame rates". There is revealed the essence of the psychological argument. There is defined their specific usage by the characters.

Key words: dialogue, directive intention, communicative intention, psychological argument, rhetoric.