

Монахова Т. В.,
Національний університет “Києво-Могилянська академія”

ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНОГО ТЕКСТОТВОРЕННЯ

У статті розглянуто поняття “стратегічне текстотворення”. Розмежовано терміни “маніпуляція” та “стратегічне текстотворення”. Окреслено непрямі тактики мовленнєвого впливу.

Ключові слова: стратегічне текстотворення, маніпуляція, непрямі тактики мовленнєвого впливу.

В статье рассматривается понятие “стратегическое текстообразование”. Разграничиваются термины “манипуляция” и “стратегическое текстообразование”. Очерчиваются не прямые тактики речевого воздействия.

Ключевые слова: стратегическое текстообразование, манипуляция, не прямые тактики речевого воздействия.

This article deals with the concept of the “strategic textbuilding”. The terms “manipulation” and “strategic textbuilding” are divided. The tactics of indirect speech effect are outlined.

Key words: strategic textbuilding, manipulation, indirect speech effect.

Сучасний розвиток мовознавства все більше спрямований на розв’язання прикладних завдань, зокрема, використання мови для задоволення потреб мовця шляхом впливу тим чи іншим вербальним способом на слухача.

Науковим підґрунтям розуміння поняття “комунікативно-стратегічне текстотворення” слугує прагматика – галузь досліджень у семіотиці й мовознавстві, що вивчає функціонування мовних знаків у мовленні.

Процес текстопородження, за Б.Ю. Норманом [3], має такий вигляд: вихідною точкою для мовленнєвого акту є мотив (стимул), який визначає причину створення тексту, його вмотивованість; потім виникає задум, який втілюється в плані (чи програмі) висловлювання; далі йде етап реалізації цього плану (чи здійснення задуму), який може складатися з кількох стадій; завершується мовленнєвий акт фазою контролю. Таким чином, ми бачимо, що будь-який текст є більшою чи меншою мірою спланованим вчинком.

Класифікація як одна із застосовуваних наукових операцій передбачає виявлення системи супідрядних понять. Ми пропонуємо взяти за таксономічні критерії прагматичні інтенції мовця та свідомо докладені ним комунікативні зусилля, зокрема вербальні. Чи, точніше сказати, попередній аналіз і прогнозування слухачької реакції мовцем з подальшим відповідним добором мовленнєвих засобів і мовних прийомів. Пропонований підхід жодним чином не заперечує наявні в лінгвістичній науці підходи до розуміння різновидів текстів. Він навіть не конкурує з ними, а корелює певним чином. Ми продовжуємо говорити в термінах функціональної стилістики, заповнюючи лакуни когнітивним розумінням мовлення.

Терміном “інтенція” позначають суб’єктивну спрямованість на певний об’єкт, тобто активність свідомості суб’єкта. Багато слів, певних граматичних конструкцій, правил побудови тексту призначено для того, щоб передати комунікативні інтенції мовця: схвалення, осуд, погрозу, наказ, прохання щодо тих чи інших об’єктів [2, с. 203].

Зрозуміло, що функціональні стилі неоднаковою мірою виявляють інтенційні можливості мовця. Деякі з них, зокрема науковий чи офіційно-діловий, обмежують виражальний репертуар адресанта, регулюючи його мовлення ustalеними правилами, ритуалами, стильовим узусом.

Головною тенденцією в дослідженнях з обраної проблематики домінує есенціалістський підхід, при якому ключовим питанням теоретичного дослідження постає питання про те, що є маніпуляцією, а ключовою проблемою – проблема визначення термінів [4]. Ми не ставимо собі за мету пошуки оптимальної дефініції цього поняття. Просто погодимося з тим, що маніпуляцією можна вважати приховане керування, вплив, при якому адресат здійснює мету / цілі маніпулятора, вважаючи їх своїми власними, не усвідомлюючи впливу, що на нього чиниться [4]. За такого визначення можна припустити, що сам термін “маніпуляція” перетворюється на сукупність ознак (прихована мета, неясне керування, вплив на адресата всупереч його волі тощо), яку приписують певній одиниці чи комунікативній ситуації, як правило, успішній для маніпулятора. Однак будь-який мовленнєвий вплив може бути як успішним, так і неуспішним. Жодна з тактик стратегічного текстотворення, ба жоден з маніпулятивних прийомів, не гарантує стовідсоткового результату.

Необхідно розмежувати поняття стратегічне текстотворення” і “маніпулятивне” текстотворення й встановити між ними кореляційні відношення.

Маніпуляція – це ситуація спілкування, в якій комунікативні цілі не збігаються з психологічними намірами мовця, який прагне вплинути на слухача. Це ситуація обману й нечесної гри. Стратегічне текстотворення передбачає свідоме використання вербальних засобів впливу для досягнення поставленої мети, але наміри мовця не є прихованими для слухача. У цьому разі комунікативна й психологічна настанови мовця збігаються. Очевидно, критерієм, що розводить ці два поняття, маніпуляцію і стратегічне текстотворення, є критерій ширості мовця. Критерій ширості – такий, що забезпечує вираження насправді притаманних мовцеві думок і почуттів [1].

Слід розрізняти інформаційну інтенцію та комунікативну інтенцію. У першому випадку йдеться про бажання повідомити дещо, в другому – комунікатор демонструє своє бажання в явному вигляді. Зазвичай ці дві інтенції зливаються разом, метою комунікатора є вплив на уявлення отримувача [2].

Стратегічне текстотворення – це свідоме продукування текстів, яке відрізняється від будь-якого адресного мовлення не тільки чіткою попередньою настановою мовця викликати прогнозовану емоційну реакцію реципієнта з подальшою його активністю відповідно до поставленої мети, а й характеризується вживанням непрямих тактик мовленнєвого впливу та конкретних вербальних прийомів.

Стратегічне текстотворення ґрунтується на непрямих тактиках мовленнєвого впливу. Загальний принцип непрямі тактики мовленнєвого впливу полягає в тому, що читачеві (слухачеві) пропонують певну загадку – більшої чи меншої

складності – розв’язавши яку, слухач не тільки отримає уявлення про зміст повідомлення, а й зрозуміє, з якої причини повідомлення побудовано непрямо. Таким чином, слухача справді запрошено до співпраці: від того, як він зможе “прочитати” повідомлення, залежить і характер того, що він з цього повідомлення отримає. Непряма тактика мовленнєвого впливу – це тактика, що інтригує, зачіпає особистісні характеристики слухача, тактика, що включає слухача у повідомлення [1].

Уявімо побутову ситуацію: хлопчик хоче зробити мамі приємний подарунок на її День народження. Він може намалювати їй соняшники та поставити підпис. Перший варіант – він напише: “З Днем народження!”. Другий варіант – “Мамуні”. Щирий подарунок із простим святковим підписом “З Днем народження” не є комунікативно-стратегічним. Підпис “Мамуні”, навпаки, виявляє свідоме застосування мовного знака з прогнозованою реакцією на нього, оскільки хлопчик знає, що мама реагує саме на цю словоформу з ряду синонімічних (“матусю”, “мамулечко”, “ма” тощо) особливо емоційно й позитивно. Обране слово є маркером інтимності їхнього спілкування. І в першому, і в другому випадку інтенція хлопчика була тією самою – привітати маму, зробити їй приємне. Різниця полягає у свідомому не- / застосуванні конкретних вербальних подразників. Можемо сказати, що стратегія у хлопчика була одна. Але в першому випадку вона не була зреалізована за допомогою тактичних ходів.

Маніпуляція – це зміщення тактики непрямого мовленнєвого впливу в бік прямої тактики.

Тож, рекламу, наприклад, варто вважати стратегічним текстотворенням, а не маніпулятивним дискурсом, оскільки будь-яка людина від початку розуміє мету рекламного тексту: “мене збираються перекопати”. Засоби переконання можуть бути найрізноманітнішими, але мета завжди одна й вона очевидна для всіх споживачів реклами.

Очевидною особливістю непрямих тактик мовленнєвого впливу є те, що вони забезпечують слухачеві “свободу дій” як свободу ініціативи й свободу фантазії. Оскільки “розгадати” – означає проаналізувати, означає перебрати у власній свідомості кілька непридатних варіантів “відгадки”, зрозуміти, чому вони непридатні, і, можливо, врешті-решт дійти “правильного розв’язання” [1, с. 60].

Будь-яка непряма тактика мовленнєвого впливу починається зі свідомого добору певних слів або ж з добірання слів певним чином. Лінгвістиці давно відомий термін “конотація”, що позначає додаткове значення лексеми, або його супровідні семантичні чи стилістичні відтінки. Однак подекуди саме з конотації виростає непряма тактика мовленнєвого впливу. Інколи конотація набуває такого масштабу, що перетворюється (у певних контекстах) на перше лексичне значення, зрозуміле всім носіям мови. Часто це відбувається з суспільно-політичною лексикою (наприклад, “помаранчевий” в сучасній Україні – це перш за все носій політичної ознаки, а потім вже кольору). Інформація означає скорочення можливостей. Будь-яке значення є інформацією, оскільки воно виключає деякі з раніше наданих можливостей. І детермінація за допомогою контексту є інформацією, тому що вона виключає деякі з можливостей значення [7]. Слова, що мисляться без усілякої конкретної детермінації, не можуть брехати. Але достатньо вже невеликого контексту, щоб слова змогли брехати [7].

Бертольд Брехт 1934 року у своєму памфлеті “П’ять складнощів того, хто пише правду”, що передбачався для поширення в гітлерівській Німеччині, відзначив складність, що випливає з “порожньої містики” слів: “Писати населення замість народ і землеволодіння замість земля вже саме по собі означає в багатьох випадках відмову від неправди” [5, с. 94]. У запропонованій Бертольдом Брехтом анкеті “Труднощі опису сьогодення” (1964) Стефан Анрее, продовжуючи думку Брехта, пише: “Утім, і слово *істина* сьогодні плаває, точно так само, як свобода, справедливість, терпимість, віра, честь і багато інших, під карантинним прапором; ці поняття всі разом і кожне окрема отруєні – ідеологією, прагматизмом і різного роду інсинуаціями” [6, с. 35]. Рейнхардт Баумгарт, відповідаючи на ту ж анкету, висловлює схожі побоювання стосовно слова *істина*: “Боюся, що саме слово вже стоїть криво, схилиючись до протилежності того, що воно могло би позначати, – до брехні” [6, с. 41].

Часто стикаємося з політичними маніпуляціями, що випливають із такої тактики мовленнєвого впливу.

Німецький мовознавець Х. Вайнрих говорить, що немає жодних сумнівів у тому, що слова, якими багато брешуть, самі стають брехливими. Варто лише спробувати вимовити такі слова, як *світогляд*, *життєвий простір*, *остаточне рішення*, язик сам счиняє опір і випльовує їх. Той, хто їх все-таки вживає, – брехун або жертва обману. Брехня не тільки псує стиль, вона губить мову. І не існує ніякого лікування для зіпсутих слів; їх необхідно виганяти з мови. Що швидше і повніше це станеться, то краще для нашої мови [7]. Іноді слова можна піймати на брехні. *Демократія* – це слово, що має ранг поняття. Тобто поняття “демократія” за своїм мовним уживанням визначається як форма держави, в якій влада йде від народу й за певними політичними правилами передається вільно вибраним його представникам. (Чиста етимологія слова *демократія* недостатня). Той, кого влаштовує така форма держави, в якій державна влада не йде від народу й не передається за певними політичними правилами вибраним представникам, і хто тим не менше називає таку форму держави словом демократія, просто бреше [7].

Стратегічне текстотворення передбачає чимало непрямих тактик мовленнєвого впливу: лексичні комбінації, метафоризація, міксація функціональних стилів, спеціальна граматична організація і специфічна синтаксична побудова мовлення. Усі окреслені стратегії і тактики становлять перспективу досліджень у цьому напрямі.

Література:

1. Ключев Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : Учебное пособие для вузов / Е. В. Ключев. – М. : “Издательство ПРИОР”, 1999. – 272 с.
2. Манаенко С. А. Непрямое выражение интенций в публицистическом дискурсе / С. А. Манаенко // Язык. Текст. Дискурс : Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г. Н. Манаенко. Выпуск 5. Ставрополь : Изд-во ПГЛУ, 2007. – 312 с. – С. 202-208.
3. Норман Б. Ю. Теория языка / Б. Ю. Норман. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 296 с.
4. Парасуцкая М. И. Манипуляция и “манипулятивный дискурс” в лингвистике : принципы исследования / М. И. Парасуцкая. – Режим доступа : http://konference.siberia-expert.com/publ/doklad_s_obsuzhdeniem_na_sajte/parasuckaja/2-1-0-45
5. Brecht B. Fünf Schwierigkeiten beim Schreiben der Wahrheit / B. Brecht. – (Versuche 21). – Frankfurt, 1949.
6. Schwierigkeiten, heute die Wahrheit zu Schreiben, hrsg. von Heinz Friedrich / Schwierigkeiten. – München, 1964.
7. Weinrich, Harald Linguistik der Lüge / Weinrich. – Monographie 7 unveränderte Auflage, 2007. – Buch. 90 S.