

Несмотря на обилие работ и богатый фактический материал, касающийся механизмов и принципов воздействия, используемых коммуникантами приемов и тактик, в психологической литературе практически отсутствуют данные, касающиеся специфики средств оказания воздействия в различных коммуникативных контекстах (видах дискурса) и обуславливающих эту специфику психологических факторов. В этом связи актуальность приобретает подход к изучению используемых коммуникантами приемов воздействия с позиций представлений об интенциональных основаниях речи и дискурса. Интенции субъектов общения, тесно связанные как с личностной сферой, так и с коммуникативной ситуацией, составляют психологическую основу дискурса и во многом определяют, как протекает взаимодействие с собеседником или аудиторией.

С целью изучения интенциональных оснований выбора субъектом средств оказания воздействия осуществлено сравнительное эмпирическое исследование диалоговых видов масс-медийного дискурса – предвыборные дебаты, телебеседы, ток-шоу. Согласно выдвинутой общей гипотезе разные виды дискурса, формирующиеся в своеобразном коммуникативном контексте, имеют определенные, присущие им интенциональные характеристики, опосредствующие использование коммуникантами тех или иных приемов оказания воздействия. Были сформулированы следующие эмпирические гипотезы: 1.существует специфика интенциональной структуры разных видов дискурса, проявляющаяся в выраженности основных интенциональных направленностей субъектов общения и составе наполняющих их конкретных интенций; 2.существует специфика использования приемов воздействия в разных видах дискурса, проявляющаяся в частоте их применения, а также в наборе приемов, являющихся наиболее употребительными; 3.существует связь между интенциональными характеристиками дискурса и используемыми в нем приемами речевого воздействия: при наличии интенции или определенной их совокупности с высокой вероятностью реализуется конкретный риторический прием.

Для выявления интенций субъектов общения применялся метод интен-анализа, разрабатываемый в лаборатории психологии речи и психолингвистики Института психологии РАН. Приемы речевого воздействия выявлялись с помощью контент-анализа. Математическая обработка данных проводилась с использованием Difference test из пакета Statistica 6.0 и алгоритмов ограниченного перебора (Data Mining), представленных программой WizWhy.

По результатам исследования интенциональную структуру медиадискурса определяют четыре основных направленности субъектов общения: *на себя, на ситуацию, на зрителя и на героя передачи*. Каждая из этих направленностей представлена совокупностью конкретных интенций – осуществить самопрезентацию, привлечь внимание, проявить отношение, побудить к действиям и др. Исследуемые виды дискурса различаются по выраженности основных интенциональных направленностей, набору наполняющих их интенций, а также наличием факультативных интенциональных направленностей — направленности *на ведущего* и *на регуляцию* разговора.

Для *предвыборных дебатов* наиболее характерна направленность коммуникантов на себя, проявляющаяся преимущественно в интенциях позитивной самопрезентации, а также нацеленность на сближение с аудиторией и привлечение ее на свою сторону: показательна выраженность провокативных интенций (вызвать у зрителей определенные чувства и эмоции) и стремление побудить их к действиям. В *телебеседах* превалирует направленность на ситуацию и обнаруживается не характерная для других видов дискурса направленность на ведущего, специфичны также «самоохранительные» интенции:

самооправдание, демонстрация собственной невиновности, избегание ответственности. *Ток-шоу* отличается выраженной направленностью коммуникантов не только на ситуацию, но и на героя передачи, при этом помимо интенций негативной заряженности (критика, обвинение) проявляются и другие интенции – одобрение, побуждение героя к действиям, стремление рассказать о нем.

Наряду с различиями в интенциональной структуре, исследуемые виды телевизионного дискурса обнаруживают специфику средств оказания психологического воздействия, что проявляется в частоте их применения, а также в наборе приемов, являющихся наиболее востребованными. Наиболее часто приемы оказания воздействия реализуются в *предвыборных дебатах*, в которых преобладают приемы *выбора информации* и *сообщения позитивных/ негативных фактов*, а также использования *экспрессивных слов* и *эмоционального заражения*. В *телебеседах* приемы воздействия используются реже, причем набор наиболее востребованных дополняют *особый жаргон*, *детализация описания* и представленный главным образом именно в этом виде дискурса прием *ссылки на очевидцев*. Для *ток-шоу*, помимо в целом существенно более низкой представленности приемов воздействия, показательно достаточно частое использование коммуникантами *детализации описания* и *максимизации*.

Выявлена связь между интенциональными характеристиками дискурса и реализуемыми в нем приемами оказания воздействия. Эта связь, как правило, имеет вероятностный характер, то есть при наличии интенции или определенной их совокупности с высокой вероятностью реализуется конкретный прием психологического воздействия. Впервые описаны интенциональные паттерны, сопряженные с использованием конкретных приемов воздействия (*экспрессивные слова*, *эмоциональное заражение*, *особый жаргон* и др.), и охарактеризована вероятность их применения. Показано, что приемы *выбор информации* и *сообщение позитивных/негативных фактов* обнаруживают связь с большим количеством разнообразных интенций и интенциональных комплексов. Их реализация при наличии релевантных интенций субъекта общения осуществляется с такой регулярностью, что можно говорить об их автоматическом использовании. В большинстве случаев прием воздействия сопряжен с определенным интенциональным комплексом, и вероятность его реализации растет с увеличением числа интенциональных переменных.

Выполненный цикл исследований позволяет продвинуться в разработке проблемы психологической детерминации выбора субъектом средств оказания воздействия в дискурсе и может способствовать созданию их психологической типологии. Полученные данные о специфике приемов речевого воздействия в разных видах дискурса существенны для психологии воздействия, одной из перспективных задач которой выступает изучение особенностей оказания воздействия в разных коммуникативных контекстах.

Аннотация

Представлен подход к изучению используемых коммуникантами приемов психологического воздействия с позиций представлений об интенциональных основаниях речи и дискурса. Установлена связь между интенциональными характеристиками дискурса и реализуемыми в нем приемами оказания воздействия.

Литература

1. Павлова Н.Д. Интент-анализ дискурса Коммуникативные исследования. Научный ред. И.А.Стернин. Воронеж. 2003. С.19-25.
2. Павлова Н.Д. Интенциональные основания вербальной коммуникации / Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2004. №3. С.187-198.
3. Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия. Под ред. А.Л.Журавлева, Н.Д.Павловой. М., 2012.